

Bajomi-Lázár Péter

Paradigmaváltások a médiakutatásban

A húsz éves Médiakutató konferenciája elé¹

A Médiakutatót húsz évvel ezelőtt, 2000 őszén alapítottuk Gulyás Ágnessel, Kaposi Ildikóval és Vajda Évával. Nem gondoltuk, hogy két évtizeddel később is működni fog. Azóta mégis megjelent közel 80 lapszám, s több száz szerző tette közzé írását e lapban. Folyóiratunk fennmaradásáért elsősorban őket illeti köszönet. És persze nagyszerű támogatóinkat, akik anélkül járultak hozzá kiadásának költségeihez, hogy bármit is kértek volna cserében. Szerkesztőbizottságunk így őrizhette meg szakmai autonómiáját.²

Az első lapszám megjelenése óta átalakult a média, és átalakult a médiakutatás is. A médiában végbement számos változásból most csak négyet emelek ki. Négy olyan változást, amelyet a technológia és a társadalom felgyorsult interakciói generáltak. E változások összefonódtak egymással, és a médiakutatókat is arra ösztönözték, hogy újr gondolják azokat a fogalmakat, amelyekkel a médiát korábban leírták. A média átalakulása a médiakutatásban is paradigmaváltásokat vont maga után.

1. Integráció ⇔ dezintegráció

A 20. század végén az új és még újabb kommunikációs technológiák és platformok megjelenése, vagyis a média diverzifikálódása a közönség fragmentálódását vonta maga után (Hodkinson 2011). Az egykor többé-kevésbé egységes nyilvános szféra (Anderson 1983/2005) kisebb nyilvános szférák sokaságára oszlott. A párbeszéd hiánya elősegítette a politikai vélemények polarizálódását, és lassan a demokratikus kohézió teljes megszűnésével fenyeget (Castells 2005). E folyamatban sokak szerint szerepet játszott a társasmedia-platformok megjelenése is: Hunt Allcott és munkatársai (2020) például a Facebookot vizsgálva úgy találták, hogy a Facebook-fiókjukat deaktiváló felhasználók körében csökkent a politikai polarizáció mértéke, szemben a kontrollcsoporttal, amelynek tagjai változatlanul tovább facebookoztak, és polarizáltabb véleményeket képviseltek.

A sok elemző által válságjelenséggként leírt politikai polarizációért persze aligha lehet kizárólag a médiát okolni. A társadalmi feszültségek növekedésében, amely például a brexitben, Trump átmeneti diadalában és a populista politikusok kelet-európai sikerében is megmutatkozott, bizonyosan szerepet játszott a 2008-as pénzügyi és gazdasági válság is (Castells 2019). Mindamellett – szemben az internet megjelenését övező optimista várakozásokkal – ma már kevesen állítanák azt, hogy a média az elmúlt évtizedekben beváltotta volna az átalakulásához fűzött, a társadalom jobbá válásában bízó várakozásokat. A pluralizmus csapdájára az elsők között Elihu Katz, a *Médiaesemények* (Dayan & Katz 1992) egyik szerzője hívta fel a figyelmet, aki már 2009 júniusában arról beszélt a CEU rendezvényén, hogy a mai, túlságosan sokszínű média már nem képes betölteni integrációs szerepét. Roger Silverstone (2008/2010: 30) ugyancsak megkülönbözteti a média történetének korábbi, centripetális, illetve újabb, centrifugális szakaszát. Bayer Judit (2019: 135) pedig egyesén a „tartalom túlbujánzásáról” és a „pluralizmus illúziójáról” ír, vagyis egy olyan médiaközegről, amelyben már a *figyelem végessége* a demokratikus részvétel gátja.

1 Írásom a 2021. január 13-án és 14-én Kékesdi-Boldog Dalma által szervezett, a Médiakutató és az ELTE Média Tanszék által rendezett *Média válság idején* című konferencia első napján elmondott rövid bevezető előadás szerkesztett és bővített változata.

2 A lap szerkesztőbizottsága az elmúlt két évtizedben folyamatosan változott és bővült. Mostani összetételét, illetve a munkáját segítő nemzetközi tanácsadó testület tagjainak névsorát az olvasó e lapszám impresszumában találja meg.

2. Tömegkommunikáció ⇔ tömeges énkommunikáció

Az elmúlt húsz évben olyan médiumok jelentek meg, mint például a már említett Facebook, ez a személyre szabott, sőt a felhasználó által szerkesztett szuperhírlap, amely mind a 2,7 milliárd felhasználójának egyedi tartalmat kínál. Nincs két olyan felhasználó, aki pontosan ugyanazt a kínálatot látná a Facebook-falán. Ebben az új környezetben már aligha beszélhetünk tömegmédiáról, mert – a könyv 1760-as években kezdődött második forradalma (Barbier & Bertho Lavenir 2004) óta először – éppen a tömegközönség hiányzik belőle. A felhasználók immár nem ugyanazokkal az élményekkel, értékekkel és érdekekkel találkoznak a médiában. A médiafogyasztás (vagy médiahasználat) teljes mértékben individualizálódott. Mint láttuk, ma a figyelem végeessége az egyik legnagyobb probléma, azaz mindenki beszél, de kevesen hallgatják őket. A centralizált és vertikális média helyét – legalábbis részben – tehát decentralizált és horizontális média vette át; a befogadó immár tartalom-előállító is. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy az elitek részben elveszítették a tömegkommunikáció feletti ellenőrzésüket. Moderátori és kapuőri szerepük a háttérbe szorult – igaz, egyes hagyományos platformokon (például a közszolgálati médiumokban és a minőségi lapokban) még megőrizték befolyásukat. Ez egyfelől a mediatizált közbeszéd hangnemének eldurvulását, másfelől az álhírek terjedését vonta maga után. Ilyenek persze régen is voltak, de egyes mérések arra utalnak, hogy egyre gyakoribbá válnak (az álhírek terjedéséről lásd például Bradshaw & Howard 2019), ami indokoltá teszi azt, hogy válságként tekintsünk e jelenségre. A tömeges hatás és befogadás kérdése ma már komolyan fel sem merül azokban az országokban, ahol a média szabad és valóban sokszínű. A médiakutatók húsz évvel ezelőtt még *tömegkommunikációról* beszéltek, ám Manuel Castells (2019: 16) már inkább a „tömeges énkommunikáció” (*mass self-communication*) fogalmát használja.

3. Revolúciók ⇔ evolúciók

A hagyományos médiumok is gyökeresen átalakultak. A „televízió” fogalma például olyannyira mást jelentett 1950-ben és 2020-ban, hogy nem könnyű megmondani, ugyanarról a médiumról van-e még szó. A fekete-fehér készülék helyét színes készülék vette át. A képernyő egyszerre nagyobbá és kisebbé is vált; ma már számos platformon, így mobiltelefonon is tévézhetünk. Két-három csatorna helyett csatornák százai között válogathatunk, s a streamingszolgáltatókon a magunk választotta időben nézhetünk filmeket. A televízió mint tömegmédium legfontosabb vonása valaha éppen az együttnézés volt: az emberek egyszerre nézték a tévét, és tudták, hogy az adott pillanatban más otthonokban más emberek is ugyanazokat a képeket látják, ugyanazokat az érzéseket élik át. Televízió-e még a televízió? Beszélhetünk-e még *általában* médiumokról? Ma az egykor szilárd fogalmak is cserbenhagyják a médiakutatót. Az elmúlt évek egyik legfontosabb tudományos bestsellere, Andrew Chadwick *A hibrid médiarendszer* című könyve (2017) ezért egymást követő, gyökeres változásokat hozó médiatörténeti revolúciók (vö. Kovarik 2011) helyett folyamatos evolúciókról beszél. Már a múlt sem a régi.

4. Homogén médiakultúrák ⇔ heterogén médiakultúrák

A média globalizációjának egymást követő hullámai (különösen a műholdas sugárzás és a globális társasmédia-platformok megjelenése), valamint az olyan multinacionális szervezetek, mint az Európai Unió médiaszabályozási törekvései után ma már az sem egyértelmű, hogy mit kell az elemzés egységének tekintenünk. A médiakutatás több ága – például a médiarendszer-elmélet, a médiatörténet-írás és a médiajog – hagyományosan a nemzetállamokból indult ki. Ma azonban – bár egyes országok (például Kína és Oroszország) újabban nemzeti internet megteremtésére törekednek, mások (például Magyarország és Lengyelország) a globális platformok nemzetállami szabályozását igyekeznek elérni – már kérdés, hogy beszélhetünk-e még egyáltalán nemzeti médiarendszerekről. Egyszerre nehezebben tartható az a hagyományos felfogás, amelyet kritikái áttekintésében Terhi Rantanen (2011: 269) találóan „módszertani nacionalizmusnak” nevez. Daniel C. Hallin (2020: 5775) például arról ír, hogy a mai médialátképek „egyre komplexebbek és cseppfolyósabbak”. Vajon vannak-e még

homogén médiakultúrák abban a korban, amikor keverednek a globális, a nemzeti és a regionális médiumok által kínált tartalmak, ötvöződnek a professzionális és a civil médialogikák, keverednek a tartalom-előállítói és a tartalomfogyasztói stratégiák? Vagy heterogén médiakultúrákról kell beszélünk?

* * *

Az elmúlt két évtizedben a médiában végbement változásokból és a médiakutatásban ezek nyomán bekövetkezett paradigmaváltásokból az rajzolódik ki, hogy a technológia és a társadalom gyorsuló interakciói *folymatosan átmeneti állapotot* teremtettek, amely a jövőben újabb változások bekövetkeztét vetíti előre. A médiakutató ma mozgó célpontra lő, felhalmozott tudása gyorsan évül, bevett fogalmai érvényüket veszítik.

A médiáról folytatott diskurzusban így csupán egyetlen dolog tűnik állandónak: az a meggyőződés, hogy a médiában valamilyen válság (vagyis változást megelőző állapot, lásd Negrine 1994) van. A válságnarratíva a médiáról szóló népszerű diskurzus és a tudományos igényű médiakutatás talán legrégebb, legmakacsabban kitartó narratívája. Olyan narratíva, amely egyúttal címkéz is, mert a változással járó kortüneteket megoldásra váró *problémaként* keretezi.

Ez a konferencia is a válság kérdésével foglalkozik: azt vizsgálja, hogyan tudósít a média a válságról, miként alakítja át a válság a médiát – és e változások hogyan tükröződnek a médiakutatásban.

Irodalom

Allcott, Hunt, Lucsa Braghieri, Sarah Eichmeyer & Matthew Gentzkow (2020): The Welfare Effects of Social Media. *American Economic Review*, vol. 110, no. 3, pp. 629–676.

Anderson, Benedict (1983/2006): *Elképzelt közösségek. Gondolatok a nacionalizmus eredetéről és elterjedéséről*. Budapest: L'Harmattan.

Barbier, Frédéric & Catherine Bertho Lavenir (2004): *A média története – Diderot-tól az internetig*. Budapest: Osiris Kiadó.

Bayer, Judit (2019): The illusion of pluralism. Regulatory aspects of equality in the new media. In: Josef Trappel (ed.): *Digital Media Inequalities*. Nordicom.

Bradshaw, Samantha & Philip N. Howard (2019): The Global Disinformation Order, <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.

Castells, Manuel (2005): *A hálózati társadalom kialakulása*. I. kötet. Budapest: Gondolat Kiadó.

Castells, Manuel (2019): *Rupture. The Crisis of Liberal Democracy*. Polity Press.

Chadwick, Andrew (2017): *The Hybrid Media System*. Second edition. Oxford University Press.

Dayan, Daniel & Elihu Katz (1992): *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press.

Hallin, Daniel C. (2020): Comparative Research, System Change, and the Complexity of Media Systems. *International Journal of Communication*, vol. 14, pp. 5775–5786.

Hodkinson, Paul (2011): *Media, Culture and Society*. SAGE.

Kovarik, Bill (2011): *Revolution in Communication. Media History from Gutenberg to the Digital Age*. Continuum.

Negrine, Ralph (1994): *Politics and the Mass Media in Britain*. London & New York: Routledge.

Rantanen, Terhi (2013): A critique of the systems approaches in comparative media research: A Central and Eastern European perspective. *Global Media and Communication*, vol. 9, no. 3, pp. 257–277.

Silverstone, Roger (2008/2010): *Médiaerkölcs. A médiapolisz felemelkedése*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Bajomi-Lázár Péter a Budapesti Gazdasági Egyetem oktatója, a *Médiakutató* szerkesztője. Legutóbbi könyve: *A patrónusi-kliensi médiarendszer. Magyarország 2010–2018* (Napvilág Kiadó, 2020).

Email: bajomi-lazar.peter@mediakutato.hu

Kékesdi-Boldog Dalma

Média válság idején

Vendégszerkesztői előszó

A *válság* kifejezés – amely eredetileg az orvostudományi szakirodalomban volt használatos – olyan instabil időszakot jelöl, amely bármilyen gazdasági, politikai, társadalmi rendszerben vagy egyéb struktúrában megjelenhet, és ott olyan korábban nem tapasztalt állapotot idéz elő, amelynek megoldásához új típusú döntések, eszközök és stratégiák szükségesek. A válság egyebek mellett olyan fogalmakat aktivál, mint a váratlanság, a bizonytalanság, a fordulópont, a felbomlás vagy a túlélés, a pozitív vagy a negatív kimenetel (Tóth I. 2012: 22).

A médiakutatást kezdettől fogva elkíséri az a válságnarratíva, amelynek alapélménye a változás és az emiatt kialakuló új helyzettel való szembesülés, amihez gyakran borúlátó előrejelzések társulnak. A médiaelméleti szakirodalomban jellemzően három területen jelenik meg a válság fogalma: a *társadalom*, a *technológia* és a *médiahatás* szintjén.

A *társadalmi változások* közé nemcsak a jelentős paradigmaváltásokat (Barbier & Bertho Lavenir 2004, Barbier 2006, Briggs & Burke 2012) sorolhatjuk, hanem a politikai szférában bekövetkező fordulatokat is, legyen szó például a poszt-szocialista államok médiarendszereinek átalakulásáról (Jakubowicz & Sükösd 2008, Bajomi-Lázár et al. 2020, Peruško et al. 2020), a politikai polarizáció felerősödéséről vagy a nacionalista-populista politikai kommunikáció térhódításáról (Canovan 2002, Moffit 2016). A *technológia* szintjén az új médiumok megjelenése és a médiarendszer ezek miatti átalakulása (McLuhan 2001, Castells 2005, Chadwick 2013, Sunstein 2013) kapcsán kerül előtérbe a válság. A változás rendszerint a régi és az új médialogika versenyeként jelenik meg, ahol kezdetben kedvezőtlen az új eszköz vagy technológia fogadtatása. A korábbi struktúrák megváltozását a szakírók sokszor szorongással fogadják, annak ellenére, hogy a médiatörténeti tapasztalatok ezt nem indokolják. A kézírás csak kiegészítette a szóbeliséget, a könyvnyomtatás számos kedvező következménnyel járt, a távíró elterjedése segítette az újságírói professzionalizációt. A rádió sem szorította ki a nyomtatott sajtót, sőt kezdetben integrációs szerepet látott el a kisebb közösségen belül. A zsebrádió, később pedig a walkman differenciáltabbá tette a szabadidő eltöltését, ugyanakkor hozzájárult a közönség fragmentálódásához, a politika polarizálódásához, a társadalmi kohézió felbomlásához is. A mozi, a televízió, s később az internet sem törölte el a korábbi médiumokat. A *média hatásai* és a közönség vélekedése, viselkedése közötti összefüggéseket vizsgáló médiaelméletek fejlődési szakaszait nézve azt látjuk, hogy változásokkal és bizonytalansággal teli időszakokban – a megnövekedett híréhség miatt – a közönség jobban rá van utalva a médiára. Nem véletlen, hogy ezekben az időszakokban erősödnek fel a médiának nagy és közvetlen hatást tulajdonító erőhatás-elméletek. Más szavakkal: válság idején az emberek úgy találják, hogy a médián keresztül képesek megbízható információt szerezni, s az egyes médiumok a tájékoztatás mellett segítenek nekik az események alapvető értelmezésében és a cselekvési stratégiák kialakításában is (McQuail 2015: 560).

Ha a kronologikus, társadalom- és technológiatörténeti megközelítés helyett egyidejű, holisztikus nézőpontból vizsgáljuk a médiarendszert, akkor láthatóvá válik, hogy az összetett és folyamatosan változó interakciós hálózatot alkot. Ebben nem az újabb technológiai eszközök vagy gyakorlatok térnyerése és a régiek háttérbe szorulása a domináns trend, hanem e kettő kapcsolata és együttműködése a meghatározó, s a közönség aktív médiahasználata és médiára gyakorolt hatása is fontos tényező (Chadwick 2013). Ebből a szemszögből a válságnarratíva is új elemekkel gazdagodik, mert láthatóvá válnak a média, a közönség és a technológia többirányú interakciói.

Éppen ezért fontos kérdés az, hogy miként jelennek meg válságok a médiában, s milyen hatással van mindez a társadalomra. A válsághelyzetek – a gazdasági recesszió, a politikai rendszerek radikalizálódása, a világhárványok, a természeti csapások, a civilizációs eredetű katasztrófák, az emberi mulasztás okozta szerencsétlenségek – média- és kommunikációtudományi szempontból azért figyelemre méltó jelenségek, mert váratlanok,

így az ezekről szóló hírközlés általában *ad hoc* módon történik. A nem várt eseményekről szóló kommunikáció pedig olyan esettanulmányokat kínál, amelyek képesek nagyítóként megmutatni az adott társadalom pillanatnyi állapotát és a médiarendszer működését. A média elemzésén keresztül pedig megállapításokat tudunk tenni a politikai rendszerről is (Siebert et al. 1956/1984, Hallin & Mancini 2004/2008).

A közelmúltban számos, a mindennapi életünket kisebb-nagyobb mértékben meghatározó lokális és globális válsággal kellett szembesülnünk. 2020 őszén, amikor már túl voltunk a koronavírus-járvány első hullámán – de még nem tudtuk, hogy ezt továbbiak követik majd – egyebek mellett az a fő kérdés foglalkoztatta a hazai médiakutatókat: milyen hatást gyakorolnak a válsághelyzetek a médiarendszer, a politikai rendszer és a társadalom működésére? Mi határozza meg a médiairányítást egy olyan helyzetben, amikor nem áll rendelkezésre előre kidolgozott válságkommunikációs stratégia? Vajon más szempontok kerülnek-e előtérbe a hírközlésben válság idején egy alkotmányos demokráciában, mint egy politikailag hibrid vagy autoriter rezsimben? Hogyan változik meg a média napirendje, logikája, a médiaszövegek szóhasználata válság idején? Van-e különbség a politikai, a társadalmi, a gazdasági és a természeti csapások médiareprezentációjában? Mi az újságírók szerepe és felelőssége a tájékoztatásban? Mi a különbség az egyes médiaplatformok – a professzionális és a közösségi média – felületein megjelenő kríziskommunikációs praxisok között?

Azt már a pandémia első időszakában észlelni lehetett, hogy ez a rendkívüli, ám azonnali lépéseket sürgető esemény átrendezi a korábbi társadalmi és politikai viszonyokat és szokásokat, s ezzel együtt hatást gyakorol a médiára is. Ebből a tapasztalatból kiindulva – de nem csak a Covid19-re szűkítve a témát – az ELTE Média Tanszékkal közösen kezdeményeztük a tudományos diskurzus elindítását, és közzétettük a *Média válság idején* című konferencia felhívását. Arra törekedtünk, hogy a megközelítésmódok sokszínűségének bátorításával, interdiszciplináris jelleggel teret adjunk azoknak a tudományos előadásoknak, amelyek a média működését, időbeli változásait, továbbá az újságírói hivatást a válság kontextusában vizsgálják. A kétnapos eseményen (amelyet a Covid19 második hulláma miatt online rendeztünk meg 2021. január 13-án és 14-én), 7 szekcióban összesen 25 előadás hangzott el. A *Média válság idején* konferencia teljes anyaga visszanezhető a Médiakutató YouTube csatornáján, hét tematikus szekcióba rendezve.¹

Az olvasó most e konferencia válogatott anyagából összeállított különszámot tartja a kezében, benne 14 tanulmánnyal. Szerzőink a szociológia, a történettudomány, a kommunikáció- és médiakutatás jeles képviselői, jogászok, újságírók, s pályakezdő társadalomtudósok, akik változatos nézőpontokból vizsgálják a média válság alatti működését.

Az első rovatban a koronavírus-járvány legelső, 2020 tavaszi tapasztalatairól olvashatunk. Andok Mónika a magyarországi egyházak online térbe való átköltözését vizsgálva mutat rá arra, hogy a karantén lehetővé tette a korábban nem használt médiatechnológiai megoldások bevezetését bizonyos vallási közösségekbe. Rajnai Richárd és Németh Szilvia az online közoktatásra való átállás hazai kihívásait tárja fel: bemutatják, miként alakult át az oktatás és a tanulás folyamata, és hogyan formálódtak a tanári és diákszerepek a járvány első három hónapjában.

Szintén a koronavírushoz kapcsolódva Polyák Gábor és Nagy Krisztina az infodémia jelenségre reflektálva az egészségügyi kommunikáció és a szólásszabadság határait vizsgálja jogtudományi szempontból. A demokráciák válságáért egyebek mellett felelőssé tett Facebook mint politikai hirdetési felület Bene Márton, Petrekanics Márton és Bene Mátyás vizsgálati terepe: a magyar politikai pártok hirdetési aktivitását és költségeit elemzik a 2019-es európai parlamenti és önkormányzati választási kampányainak időszakában. Szabó Lilla Petronella és Béni Alexandra kognitív nyelvészeti elemzése azt mutatja, hogy a vezető magyar hírportálok koronavírussal kapcsolatos cikkeiben a Covid19 jellemzően háborús metaforaként jelent meg. Varagya Szilvia azt vizsgálja, mikén tudósított egy szlovákiai magyar nyelvű napilap a koronavírus-járványról, míg Zakinszky Toma Viktória a 2015-ös migrációs hullám szerb és magyar sajtoreprezentációját hasonlítja össze. Mindkét szerző a határon túli és a magyar médiadiskurzus különbözőségeire hívja fel a figyelmet.

1 A *Média válság idején* konferencia lejátszási lista a YouTube-on: https://www.youtube.com/watch?v=qk6RySH2euI&list=PLQrbn65FCtWvqwf1P-xD4dLGzP_OpQQA

A válság témája az újságíráshoz kapcsolódóan is megjelenik. Tófalvy Tamás az újságíráshoz kötődő, több évtizedes válságnarratívákat veszi sorra, és arra a kérdésre keres választ, hogy ezek milyen kulturális, társadalmi, gazdasági és technológiai kontextusokkal függhetnek össze. Gödri Rita a magyar pályakezdő újságírók képzéséről és szakmai lehetőségeiről fest borús képet. Dési János kritikus hangvétellő, *insider view* nézőpontú esszéjében a hazai újságíró attitűdök alakulását kíséri figyelemmel az 1980-as évektől napjainkig.

A tekintélyelvű médiarendszerekben megjelenő történelmi válsághelyzetekről is olvashatunk. Sz. Nagy Gábor az 1945–48-as koalíciós időszak papírkiutalási rendszerébe enged bepillantást, amely a Magyar Kommunista Párt egyik legfontosabb sajtóirányítási és -ellenőrzési eszköze volt. Takács Róbert azt mutatja be, milyen válsághelyzeteket azonosított a médiában a Magyar Szocialista Munkáspárt vezetése a Kádár-korszak utolsó évtizedében, s milyen megoldási javaslatokkal állt elő.

Jele Ágnes a posztkoloniális társadalomtudomány másságrepresentációjának fogalomkészletét használva az Európai Központi Bank-elnök német sajtórepresentációjának alakulását elemzi az eurozóna válsága idején. Végezetül Bódi Jenő a Balaton vízminőségével kapcsolatban kirobbant botrány diskurzuselemzését vizsgálva a kockázattársadalom fogalmára építve négy beszédmódot azonosít.

Mind a konferencián elhangzott előadások, mind az írásos anyagok hiteles korlenyomatot nyújtanak arról, hogy milyen kérdések foglalkoztatják napjainkban a médiatudomány és határterületeinek képviselőit. A konferencián életre hívott diskurzus azt is megmutatta: válsághelyzetekben és azon kívül is nagy szükség van a magas minőségű, független, tudományos kutatásokra, és az ezeknek megjelenési teret biztosító *Médiakutató* folyóiratra.

A konferencia szervezőjeként szeretném megköszönni az ELTE Média Tanszéknek a társszervezésben nyújtott segítséget, a *Médiakutató* szerkesztőinek munkáját, továbbá Bozóki András, Egres Dorottya, Hegedűs István, Kaposi József, Sipos Balázs és Sükösd Miklós külsős bírálói közreműködését. Bízom abban, hogy a *Média válság idején* konferencia s a most megjelent különszám méltó módon állít emléket a *Médiakutató* elmúlt húsz évének.

Irodalom

Bajomi-Lázár, Péter, Aukse Balčytienė, Alena Dobrova & Beata Klimkiewicz (2020): History of the Media in Central and Eastern Europe. In: Klaus Arnold, Paschal Preston & Susanne Kinnebrock (eds.): *The Handbook of European Communication History*, pp. 277–298. Hoboken: Wiley Blackwell.

Barbier, Frédéric & Bertho Lavenir, Catherine (2004): *A média története – Diderot-tól az internetig*. Budapest: Osiris Kiadó.

Barbier, Frédéric (2006): *A könyv története*. Budapest: Osiris Kiadó.

Briggs, Asa & Peter Burke (2012): *A média társadalomtörténete. Gutenberg-től az internetig*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Canovan, Margaret (2002): Taking politics to the people: populism as the ideology of democracy. In: Mény, Yves & Yves Surel (eds.): *Democracies and the Populist Challenge*. pp. 25–44. London: Palgrave Macmillan.

Castells, Manuel (2005): *A hálózati társadalom kialakulása – Az információ kora I. kötet*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Chadwick, Andrew (2013): *The Hybrid Media System: Politics And Power*. New York: Oxford University Press.

Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004/2008): *A média- és politikai rendszerek három modellje*. Budapest: AKTI-Gondolat.

Jakubowicz, Karol & Miklós Sükösd eds. (2008): *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol & Chicago: Intellect.

McLuhan, Marshall (2001): *A Gutenberg-galaxis: A tipográfiai ember létrejötte*. Budapest: Trezor Kiadó.

McQuail, Dennis (2015): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Wolters Kluwer Kiadó.

Moffitt, Benjamin (2016): *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press.

Peruško, Zrinjka, Dina Vozab & Antonija Čuvalo, eds. (2020): *Comparing Post-Socialist Media Systems. The Case of Southeast Europe*. London: Routledge.

Siebert, Fredrick S., Theodore Peterson & Wilbur Schramm (1956/1983): *Four Theories of the Press*. Urbana & Chicago: Chicago University Press.

Sustein, Cass R. (2013): *Republic.com 2.0*. Budapest: Wolters Kluwer Complex Kiadó.

Tóth I. János (2012): Válság és válságtudat. *Létünk*, 3. sz. 20–27. o.

Kékesdi-Boldog Dalma a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori Iskolájának doktorjelöltje. Kutatási területe a Kádár-korszak tájékoztatáspolitikája és a csernobili atomkatasztrófa hazai kommunikációja. A *Médiakutató* „Kritika” rovatának szerkesztője. E-mail: boldog.dalma@gmail.com.

Andok Mónika

Trendek az online vallási folyamatokban a koronavírus-járvány idején Magyarországon

A 2020-as koronavírus-járvány, illetve az ahhoz kapcsolódó lezárások, a szociális távolságtartás bevezetése mind Magyarországon, mind globálisan átalakította az emberek mindennapjait: a munkavégzést, az oktatást, a vásárlást, a szórakozást éppúgy, mint a családtagokkal, a barátokkal való kapcsolattartást. E tanulmányban azt mutatom be, miként reagáltak a magyar egyházak 2020 tavaszán a fizikai lezárásra és az online térbe való átköltözésre. Az egyházakban kétirányú munka indult el különös intenzitással: egyrészt az online megjelenés megszervezése, másrészt a digitális technológia biztosította lehetőségekre való teológiai reflexiók kimunkálása. E tanulmányban azt is elemzem, hogy az esemény-, illetve a közösségalapú egyházi, vallási jelenlét esetében milyen platformokon és mit közvetítettek az egyházak a híveiknek, a követőiknek. Emellett a befogadói oldalról is áttekintem az online vallási szertartásokba való bekapcsolódás mintázatait. Ezzel kapcsolatban online anyaggyűjtést végeztem arra vonatkozóan, hogy a hívők milyennek érzékelték *a társas jelenlét megélését*, a képernyő-alapú *interaktivitást és navigálást*, az *autonómia* és a *személyesség mértékét* a digitális rítusok során, mit jelentett az élő közvetítés jelentéstulajdonítási folyamatában a kamera jelenléte, mit jelentettek pontosan azok a vizuális elemek és eljárások, amelyek az streamelés során eltértek a valós jelenlét esetében zajló vizuális észleléstől. Összességében egy új vizuális tapasztalattal, optikai valóság-reprezentációval volt dolguk a híveiknek, ami új típusú interaktivitást és részvételt tett lehetővé a számukra.

Kulcsszavak: digitális vallás, egyházak az interneten, koronavírus-járvány

Az egyházak reakciói: a digitális átállás két hulláma

A járvány magyarországi kezdetekor, 2020 márciusában kezdődött meg a nyilvános hitélet – átmenetinek szánt – átcsatornázása a hálózatra. A digitális átállás első hullámában az offline színterekről a digitális online felületre került át ugyanaz a vallásos cselekmény, ceremónia, rítus. Ebben az időszakban a technológiára, annak alkalmazására fókuszált a figyelem, illetve a digitális felhasználói jártasság, médiajártasság hiányára vagy meglétére. Az egyházak, a vallási közösségek célja az volt, hogy vizuálisan minél inkább az azonosságot, az azonos élményt hangsúlyozzák. A problémák is erre a területre, a technológiai átvitelre, az eszközök rendelkezésre állására, elérhetőségére koncentráltak. Ebben a szakaszban még a veszteségek számbavétele folyt, annak áttekintése, hogy mit veszített a vallás, a vallási közösség a digitális átállással. A második hullámban már a hálózati médiahatások felismerésére, illetve e hatások moderálására, a felfedezett lehetőségekre esett a figyelem (Campbell 2020a).

A hálózati jelenlét teológiai megfontolásai

A járvánnyal kapcsolatos hatások bemutatása során először azt célszerű felvázolni, hogy az intézményes egyházakban a hálózati felületekre való „átköltözés” milyen teológiai kérdéseket, reflexiókat vetett fel, miként gondolnak az online megjelenített szertartásokra, rítusokra, illetve miként válik az offline mellett az online jelenlét stratégiájának végiggondolása is sürgető követelménnyé az egyházakban.

A 2020. március 11-én megjelent kormányrendelet szabályozásával összhangban a Magyarországi Református Egyház Zsinatának Elnöksége, valamint a Magyarországi Evangélikus Egyház március 16-án, a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia március 17-én jelentette be, hogy szüneteltet minden nyilvános egyházi alkalmat.¹ Az Egységes Magyarországi Izraelita Hitközség bezárta a zsinagógákat, 2020. március 20-án, pénteken már nem gyűltek össze közös ünneplésre.² A lezárások miatt a legsürgetőbb kérdés az volt az egyházak számára, hogy miként biztosítható a közösségi hitélet lehetőségének fenntartása a klasszikus tömegkommunikáció eszközök, illetve az internet segítségével. A 2020-as tavaszi helyzetben kutatóként azt volt érdemes elemezni, hogy az egyes egyházak miként határozzák meg a közvetített esemény „státusát” az offline eseményhez mint normatív eseményhez viszonyítva. A történelmi egyházak álláspontja szerint a valós és a közvetített helyzet semmiképp nem azonos, nem egyenértékű, és nem cserélhető fel egymással (Sajgó 2020).

A katolikus egyház rendelkezései szerint lehet közvetíteni a miséket, ám a „szentmisén való testi jelenlétet nem pótolja a képernyőszentmise” (Sajgó 2020). Másként vélekedtek az ortodox egyházban a mediatizációról. John Zizioulas pergamoni metropolita, az ortodox egyház egyik vezetője nem értett egyet, és nem is támogatta a szertarások online, illetve televíziós közvetítését. Úgy vélte, a liturgia megkívánja a személyes jelenlétet. Ha az emberek a járvány miatt az otthonaikba vannak zárva, akkor szent szövegeket érdemes olvasniuk, de nem a szent liturgia szövegét.³ A Magyarországi Református Egyház teológiai iránymutatása a következő volt:

Az otthoni úrvacsora szükséghelyzetet jelez (súlyos betegség, kijárási tilalom, járvány, háború). Nem pótolja a gyülekezeti közösség úrvacsora-ünnepét, ám rendkívüli helyzetekben felette szükséges, hogy az úrvacsorában megtapasztaljuk a Krisztussal való titokzatos közösséget a Szentlélek erejében.⁴

Ám, mivel nem volt egységes álláspont a kérdésben sem a lelkészek, sem a hívek között, azt a szöveg is jelzi: azon lelkészek, akik nem tartanak úrvacsorát

...legyenek ők is ugyanolyan megértéssel azon kollégáik iránt, akik lehetségesnek tartják az úrvacsorát a közvetített istentiszteletbe beiktatni. ... Megértjük azokat a gyülekezeti tagokat is, akik különböző okok folytán nem kívánnak, vagy nem tudnak élni az otthoni úrvacsorázás lehetőségével.⁵

Az izraeliták a széder est ünneplésére készültek a járvány 2020 áprilisi időszakában.⁶ Elektromos eszközt a zsidók szombat ünnepén nem kapcsolhatnak be, s ez alól a telefon, a számítógép sem kivétel:

Természetesen mindenki egyetért azzal, hogy tilos használni ilyen és más elektromos technológiát ünnepen vagy sábeszkor – ahogy ezt meg is írják. Ez alapján nem elfogadható elindítani és élőben közvetíteni a Facebookon egy szombatfogadást és esti imát, szombatszégésnek számít annak is, aki közvetíti és annak is, aki nézi.⁷

Az amerikai kutató, Heidi Campbell a járvány kapcsán több egyházi vezetőt kért fel arra, hogy foglalja össze tapasztalatait (Campbell 2020a). Albert Bogle (2020), a skót egyház vezetője úgy vélekedett, hogy a lezárás hónapjaiban több

1 Szüneteltessenek minden egyházi alkalmat, <http://reformatus.hu/mutat/17143/>, <https://katolikus.hu/cikk/az-mkpk-kozlemeny-31256994>, https://hvg.hu/itthon/20200315_evangelikus_istentisztelet_egyhazi_koronavirus.

2 Lásd <https://tfilin.hu/udvarias-mincha-koronavirus-idejen-rabbi-oberlander-baruch/>.

3 Lásd <https://publicorthodoxy.org/>.

4 Lásd <https://reformatus.hu/egyhaziunk/hirek/istentiszteleti-ajanlasok-krizishelyzetben/>.

5 Lásd <https://reformatus.hu/egyhaziunk/hirek/istentiszteleti-ajanlasok-krizishelyzetben/>.

6 Lásd <https://zsido.com/unnepek/aktualis-unnep/>.

7 Lásd <https://zsido.com/alhir-a-videokonferencia-szeder/>.

közös munka, együttgondolkodás vált lehetővé az egyház, valamint a képzőművészek, a zenészek és a technológiai szakemberek között. Emellett az egyház vezetése nyitottabb lett a digitális világra. Több ezer egyházi vezető kezdett streamelni, posztolni vagy igyekezett más módon használni a közösségi médiát. Bogle mindezt előremutató és hasznos dolognak tartja, s missziós lehetőséget is látott a helyzetben. Arni Svanur Danielsson (2020) lutheránus egyházi vezető szerint az online liturgia erősebben részvételi jellegű, még akkor is, ha nincs benne átváltoztatás. Ugyanez a nehézséget jelent a digitális ceremóniák közvetítésénél, hogy a prédikátor az offline helyzetben ismerte a közönségét, közösségét, a közeget, teret, ahol a liturgia zajlott, a hálózati felületen azonban ebben bizonytalan. A pozitívumok közül azt emelte ki John Floberg (2020) lelkész, aki a járvány idején regisztrált a Facebookra, hogy örömteli meglepetés volt számára, mennyi „ismerősnek jelölést” kapott, majd a posztolt vallási tartalmak után többen keresték emailben is. Így arra ébredt rá, ha maga a közeg még szokatlan is számára, ám tele van ismerőssel. David Silverkors (2020) svéd evangélikus vallási vezető néhány fontos tanúságát emeli ki a digitális átállásnak. Az első az, hogy az egyházak számára szükségzerű a digitális jelenlét. A második az, hogy meg kell ismerni a lelki, spirituális közösségek digitális valóságát, ugyanakkor a hagyományos vallási, spirituális gyakorlatok értékeivel is tisztában kell lenni.

Digitálisan közvetített tartalmak

A járvány miatt kihirdetett vészhelyzetben a hívek nem látogathatták az egyházi intézményeket, templomokat, imaházakat vagy közösségi tereket. A találkozás, a bekapcsolódás felülete a digitális hálózati média lett. Mind a vallásos hitbéli meggyőződés megtapasztalásának, mind a vallási gyakorlatoknak új módjai jelentek meg a digitális környezetben (Sbardelotto 2016). A tanulmány e részében azt mutatom be, hogy a különböző egyházak és vallási csoportok milyen típusú tartalmak közvetítettek, illetve milyen online közösségi találkozási lehetőségeket biztosítottak követőiknek.

Érdekes különbséget tenni az *esemény-alapú* és a *közösség-alapú* közvetítések között, az előbbiekhöz a miséket, az imaórákat, a szentségimádásokat stb. sorolva, míg az utóbbiakhoz a közösségek nem liturgikus jellegű csoportos beszélgetéseit. Természetesen nem lehet éles különbséget tenni a kettő között, inkább azt mondhatjuk, hogy az egyik típusban az esemény, a másikban a közösség dominanciája fontosabb. Az esemény-alapú közvetítések közül ki kell emelnünk a szentmiséket. Számos katolikus plébánia saját technikával közvetítette a vasárnapi szentmisét, de voltak olyanok is, amelyek csak a prédikációkat osztották meg. A közvetítés platformja többnyire a Facebook streamlehetősége volt, illetve – ha a plébániának, az egyházmegyének nemcsak Facebook-oldala volt, hanem Youtube-csatornája is – akkor a felvett tartalmakat feltöltötték oda is. Az ezzel kapcsolatos anyaggyűjtésem egyik kiindulópontja a Facebook egyik gyűjtőoldala volt, a „Keresztény közvetítések gyűjteménye”, amely figyelemirányító oldalként működött és működött a járvány második hullámának idején is.⁸ Ezen a felületen a posztoló leírja, melyik plébániáról, mikor, milyen közvetítés lesz elérhető, hova lehet becsatlakozni a híveknek.

Rendkívül fontos volt annak a mintázatnak az azonosítása, hogy a videonézetségi adatok minden esetben magasabbak voltak, mint a misére fizikailag ellátogatók valószínűsíthető száma. Csak néhány érdekesebb adatot közölve: a Szent István Bazilika húsvéti miséjét több mint 10 ezren nézték,⁹ az Erdő Péter bíboros celebrálta misét pedig 11 ezernél többen. A bencések pannonhalmi húsvéti szertartását majdnem 5 ezren követték, és körülbelül ugyanennyien a Debreceni Református Nagytemplomból jöttek.¹⁰ De a kisebb plébániáknak is több száz nézettségük volt. Az elsőség azonban vitathatatlanul a Csíksomlyói Pünkösdi adást illeti, amelyet 65 ezren néztek meg.¹¹ A katolikus egyház, a plébániák további liturgikus alkalmakat (szentségimádás, vesperás, ima, rorate) is megosztottak, és olyan egyházi-kulturális tartalmak is felkerültek, mint a könyvajánló, a napi gondolatok vagy akár a teológiai beszélgetések. A Ferences Rendtartomány húsvéti konferenciájának alkalmait 5–9 ezren

8 Lásd <https://hu-hu.facebook.com/groups/845140862575770/>.

9 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=0yv5T4a2FIQ>.

10 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=Luqoeh-zbzo>, <https://www.youtube.com/watch?v=EgY7w3ZIDCU>.

11 Elérhetősége: <https://www.youtube.com/watch?v=UZKeJymVygk>.

nézték.¹² A református egyház istentiszteleteket osztott meg, illetve egy technikai segítséget tartalmazó videót is, az evangélikus egyház istentiszteletet, a zsidó közösség szertartást nem, inkább oktatási tevékenységhez kapcsolódó tartalmakat, például a Virtuális Bét Midrást.¹³

A tipológia felállítása után a nézettségi adatokat elemezve néhány mintázati elem kirajzolódik a közvetítésekből:

- Az egyház, vallási-szerzetesi közösség vezetésének iránymutatása mellett nagy szerepe van az egyéni (papi, szerzetesi, laikus) aktivitásnak, ambíciónak a közvetítések megvalósulásában.¹⁴
- A vallási közösségek, a vallási hovatartozás offline adatai tükröződni fognak az online adások nézettségi adataiban: a nagyobb egyházaknál a nézettség magasabb lesz, mint a kisebb egyházak esetében.¹⁵
- Azok a plébániák, amelyek az online közvetítés mellett döntöttek, minden esetben több nézővel számolhattak, mint az offline esemény résztvevőinek száma.¹⁶
- Bár különösen érzékeny tartalomról van szó, az internet átlagához mérve kevés volt a „troll”, a gúnyolódás, az irónia, illetve számos esetben kikapcsolják a hozzászólás funkciót.¹⁷
- Érvényesül az a Barabási Albert-László (2013: 90) feltárta szabályszerűség is, hogy aki hamarabb érkezett, az hamarabb kezdett követőket gyűjteni, és jókora előnyre tett szert, s ez az előny megmarad, sőt növekedhet is a népszerűségi kapcsolódás törvényszerűsége miatt.
- A térbeliséghez kapcsolódó hálózati hatás a geográfiai tértől való függetlenedés, hiszen az internet új mintázatot hozott a fizikai helyek összekapcsolódásában. Ez az egyházakkal kapcsolatban is beigazolódtott, mivel ha az emberek offline vesznek részt vallási szertartáson – legyen az mise, istentisztelet vagy imaóra –, akkor többnyire a lakóhelyükhöz közeli templomba, imaházba vagy zsinagógába mennek. Az online közvetítések között viszont személyes beállítódásaik, szimpátiájuk vagy éppen a szertartást vezető egyházi személy hitelessége alapján fognak választani. Az adatokból láthatjuk, hogy egy-egy népszerűbb pap, lelkész vagy rabbi esetében a YouTube több mint tízezres nézettséget mutat egy-egy szertartás esetében. Ez jóval meghaladja azt a létszámot, amely fizikailag jelen lehetett volna az eseményen, vagyis a hallgatóságuk a hálózat terébe geográfiai értelemben bárholnan jöhet, bárholnan csatlakozhat.¹⁸
- A globális hatás kevéssé érhető tetten, kevesen követték a nagy egyházi centrumok – kivéve a Vatikán – közvetítéseit. Sokkal inkább a helyi közösséghez való ragaszkodás, illetve a lelkiségi centrumok (bencés, jezsuita, ferences) hatása tükröződött az adatokban.¹⁹
- A médiakonvergencia következtében azoknak az adásoknak lesz nagyobb a nézettségük, amelyek beágyazódnak más felületekbe is, egy elemeiként. Például egy rendi plébánia videója a rendtartomány nagyobb felületén is megjelenik, vagy ha egy közvetítést valamelyik vallási rádió (a Magyar Katolikus Rádió, a Mária Rádió) vagy televízió (a Bonum TV, az EWTN televízió) átvette, és a saját platformján is megosztotta, az ugyancsak nézettséget növelő tényező volt.²⁰

12 Lásd <https://www.youtube.com/channel/UC4kcszDESGY4kN6M6hV3afA>.

13 Lásd <https://zsido.com/virtualis-bet-midras/>.

14 Lásd <https://www.facebook.com/groups/845140862575770/posts/850526355370554>. A Szolnoki Református Gyülekezet 2020. március 29-i közvetítése.

15 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=ejvrUwTZiMI>, http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_vallas. Például a Magyarországi Metodista Egyház, amelynek 2400 tagja van a KSH adatai szerint (katolikusnak 3,8 millió, reformátusnak 1,15 millió ember vallotta magát) videójának nézettsége kevesebb lesz, mint a történelmi egyházak tekintetében, de nem feltétlenül arányosan kevesebb.

16 Lásd <https://www.facebook.com/watch/?v=349804032677408>. A Tolnatáj Televízió Dunaszekcsőről közvetít szentmisét, a video nézettsége 1.800 fő, míg a valós résztvevők száma 60–80 fő.

17 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=lvTKsjuajFQ&fbclid=IwAR3FoXykTjVnsdTfkskRRPFqXJrUGBkc4gqMcy3eY6C22gY9LqkUosZtN8Y>.

18 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=Fpox6ICq5ws>. A Romániai Evangélikus Lutheránus Egyház magyar nyelvű istentiszteletét nem csak romániai evangélikusok nézheték.

19 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=QeOMZ5O79fg&list=PL98FC02E5AA17A7C8&index=478>, <https://www.youtube.com/watch?v=687vFJx2gt8&list=PLHI88zW108A12xIXa11LrAfkQsrhftjC>. Az EWTN közvetítését 2020. áprilisában világszerte 4400-an nézték, míg például a bencések közvetítését Pannonhalmáról több mint 8000-en.

20 Lásd https://www.youtube.com/watch?v=RCpbu0K6uU0&list=PLC7BrO_ZPZAA8knE5zrKIFfAV8Of0A8_&index=705. A Szent István Bazilikából közvetített a Bonum Televízió 2020. április 10-én.

A nézettségi adatgörbéket vizsgálva azt tapasztaltam, hogy a 2020-as vészhelyzet kihirdetése utáni egy-két hétben volt arányaiban a legmagasabb a vallási közvetítések nézettsége. Ezt két okra vezethető vissza. Az egyik a bizonytalanság, a félelem helyzete, mivel ilyen körülmények között általában megnő a valláshoz, a spirituális tartalmakhoz forduló aránya (Sinding Bentzen, 2020).²¹ A másik ok valószínűleg a kíváncsiság volt: vajon fog-e működni az online közvetítés, s ha igen, miként? Áprilisban a nagy vallási ünnepek követése járt kiemelkedő nézőszámmal, majd április végére, május elejére stabilizálódott a felhasználók száma. Némi erodálódás – felezettől függő arányban – megfigyelhető volt. A vészhelyzet elmúltával, az offline alkalmak visszaállításával a legtöbb felületen megszűnt az online szertartások közvetítése. Ahol megmaradt, ott csökkent a nézők száma, de nem tűntek el teljesen a digitális felhasználók. A járvány második hullámában – bár nem zárták be a templomokat – mégis tapasztalható volt digitális visszarendeződés: nem a tavaszi mértékben ugyan, de a nagyobb oldalakat több ezren, a kisebbeket is több százan követték.

A vallási közösségi élet más aspektusaira is nagyobb hangsúlyt helyeztek a járvány idején: oda, ahol a résztvevői kultúra interaktivitási lehetőségei jobban kibontakoztathatóak voltak. Ilyen lehet az oktatás, a reflexiók megfogalmazásának lehetősége, a párbeszéd lehetősége a közösségen belül, az összefogás és a támogatás megélése, digitális megtapasztalása. Az intézményes egyházakhoz lazább szálakkal kötődő vagy hangsúlyozottan ökumenikus online csoportok közül kettőt emelek ki: az egyik az *Ez az a nap!* mozgalom, a másik a 777 online vallási közösség. Az *Ez az a nap!* Facebook-oldalának 220 ezer követője van, s megosztásai közül a zenés tartalmak a legnépszerűbbek. A 777 blog Facebook-oldalát 75 ezren követik, s amikor 2020. november 15-én este 8 órára közös imára hívta követőit a 777 közösség, akkor több mint 60 ezren voltak jelen az oldalon,²² s a felületen megjelenő digitális térkép tanúsága szerint nemcsak Magyarországról, illetve Európából, hanem szó szerint minden kontinensről volt bejelentkezés.

A fent említett esetekben az esemény jellege mellett az online közösségnek is jelentős szerepe volt a közvetítés nagy számú megtekintésében. Ahogy korábban írtam, az egyházi közösségeknek nemcsak arra kellett gondot fordítaniuk a járvány idején, hogy a vallási szertartásaikat online elérhetővé tegyék, hanem arra is, hogy közösségi alkalmakat teremtsenek a digitális térben. Hogy ehhez milyen platformot (Facebook, YouTube, Zoom, Teams) választottak, az mérlegelés kérdése, hiszen a technológiai lehetőségek nem semlegesek, a semlegességet abban az értelemben elgondolva, hogy eltérő számú csatlakozónak lesz lehetősége mikrofonnal és kamerával bekapcsolódni a beszélgetésbe, illetve más-más interakció típusokat tesznek lehetővé az egyes felületek. A Facebook like-jai mellett kommentelni és megosztani is lehet a tartalmakat. Egyébként éppen a miseközvetítésekhez kapcsolódóan lehetett látni egy olyan interaktív megoldást, hogy a hívek kommentbe írták azokat a szövegrészeket, amelyeket élőben mondtak volna a szertartás alatt. Voltak, akik hashtagek használatával jelezték, hogy valamilyen vallási közösséghez tartoznak. A Zoom vagy a Teams esetében lenémított állapotban is lehet jelezni a hozzászólási szándékot, ikonokkal is meg lehet jeleníteni a tapsot. Az amerikai lelkész Nandra Perry (2020) szerint a Zoom Egyház karizmája az, hogy a(z amerikai) vidéki egyházak számára jó lehetőség a növekedésre.

A különböző felületek eltérő módon biztosították a társas megtapasztalást. Például látják-e egymást a csoporttagok, vagy csak a mindenkori megszólaló lehet a képernyőn? Milyen benyomásokat kelt a befogadóban az osztott képernyő, s ez a benyomás megegyezik-e, vagy legalább hasonlít-e a csoport offline tapasztalataira? Mindez azért is fontos, mert a bemutatás módja kihat a reprezentáció hitelességére. Az erősen vizuális fókuszú kultúrában, az istentiszteletekről streamelt videóknak látott üres padosorok, magányos papok nem erősítették a közösség érzését, különösen akkor nem, ha minden egyéb interaktív visszajelzési forma is hiányzott a közvetítésből (Campbell 2020b). Néhányan erre találták ki azt a megoldást, hogy híveik arcképét tették a padokra.

Összességében tehát a közösség, a csoport típusa, belső szerkezetének ismerete rendkívül fontos ahhoz, hogy megfelelő technológiai platformot válasszanak az online összejövetelük lebonyolítására, mert ezen múlik a digitális átállás sikere. Ha rossz, a közösség szerkezetéhez, igényeihez nem „idomuló” megoldást választanak,

21 Joe Middleton: 2020 More than HALF of young people are praying online during pandemic, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8619383/More-HALF-young-people-praying-online-pandemic.html?fbclid=IwAR1JmeN-hPZTGNO2SySZE-i-HxmYnPULW85Brmhn4I-HPvXiKwBrY7YA1J4>.

22 Az oldal adminjának közlése alapján.

akkor félresiklik az online átállítás. A cél ezekben az esetekben az, hogy a digitális tér ne csupán egy hely legyen, ahová „felmennek” a tagok, hanem a közösségi kapcsolatok megtapasztalhatóságának lehetőségét is nyújtsa, képes legyen a személyes támogatás érzésének átvitelére is. Olyan új típusú technológiai környezetet kell keresni vagy létrehozni, amely megfelel a vallási, spirituális igényeknek. E digitális környezet alakítása nemcsak a meglévő platformokon történhet, arra újabbakat is ki lehet fejleszteni. Egyházi vezetőként éppen ezt tette Troy Shepherd (2020), amikor kifejlesztett egy SURROUND nevű applikációt. Ezzel olyan technológiai eszközt alkotott, amely összhangban volt az egyház értékeivel és küldetésével, amellyel lelki közösséget lehet építeni, valódi értelmes kapcsolatokkal.

A személyes történetek és megküzdési stratégiák elmondása az internetes közösségekben ugyancsak jó gyakorlatnak tűnik – Ilona Nord (2020) evangélikus teológus szerint. Hiszen ilyenkor a megszólaló a kereszténység üzenetét saját, hiteles történetén keresztül mutatja meg, s a közösségi médiában az efféle felhatalmazottság (*empowerment*) magától értetődő, természetes dolog. Az egyén vallási közösséghez való kapcsolódásának új mintázatai alakulhatnak ki a digitális térben. S bár ez az átalakulás már korábban megkezdődött, a karantén alatt – kényszerűségből – intenzívebbé vált.

Megváltozott befogadói kontextus

A járványt megelőző időszakban rendszeresen templomba járó hívek igénye és együttműködése is kellett ahhoz, hogy az egyházi szertartások online közvetítése eredményes legyen. A befogadók szempontjából e tanulmányban kitérek a jártasságokra és a befogadás térbeli és időbeli kontextusára is.

A tömegkommunikáció egyik sajátossága, hogy a magánélet privát terébe hozza el, ott jeleníti meg a közélet nyilvános tereit és az ott felmerülő témákat. Különösen erős volt ez a hatás a televízió esetében, amely az otthonok nappalijába vizuálisan is befogadhatóvá tette a közélet tereit. A mostani szituáció, a vallási szertartások online közvetítése annyiban más, hogy a privát térben nem csupán nyilvános, de egyben szakrális tereket emel át. S a szakrális térben másképp viselkednek az emberek, mint a nappalijukban. A családi diskurzusok egy része erről szól: hogyan kell felöltözni a közvetítésre, maradhat-e a papucs, lehet-e közben felállni és elmenni; enni vagy inni. A válasz persze csak ritkán fekete vagy fehér, inkább egyfajta átmenetet látunk a privát tér és a szakrális tér között. Az otthonon belüli szakrális tér megteremtésében több vallási előjáró is megemlítette a házi oltár felállításának lehetőségét, amelynek évszázadokra visszavezethető hagyományait tárta fel a néprajz, amikor az úgynevezett szentsarokról mint a magánáhitat helyeiről ír (Sajgó 2020). A bencés közösség imasarak berendezését ajánlotta: „Készítsetek elő egy imasarkot (gyertyával, kereszttel, Szentírással)!”²³

A digitális jelenlét, a hálózati kommunikáció nemcsak a teret változtatta meg, hanem az időt, az időbeli hozzá-férést is. Mert bár az egyházak élőben közvetítik a vallási eseményeket az interneten, a befogadók, a résztvevő hívők korántsem biztos, hogy élőben és nem felvételtől fogják visszaneézni azokat. Megint családi döntési autonómia kérdése, hogy valós időben követi-e az eseményeket vagy sem. Úgy vélem, minél több időt töltenek az egyházak a digitális térben, a hálózat hatásai annál erőteljesebben fognak mutatkozni.

Tulajdonképpen mind a tér, mind az idő vonatkozásában azt mondhatjuk, hogy a hálózati kommunikáció duplikálja a kontextust: nemcsak a befogadás fizikai kontextusa fontos, hanem a digitális környezet is, vagyis az, hogy milyen más tartalmak környezetében jelenik meg a vallási tartalom.

Végző soron azt vizsgálva, hogy milyen szempontok alapján keresnek a maguk számára megfelelő misét, miseközvetítést, Anita Cloete (2020) az érdekességet, versenyt és a népszerűséget említi. Én azonban úgy vélem, legalább négy faktort érdemes figyelembe venni a döntéshozatal értékelésekor: a spirituális, a tematikus, az esztétikai és a mediális szempontokat. Spirituális szemponton értve a szertartás hitelességét, a hitelesség érzetét, tematikus szemponton, hogy mennyire releváns, érdekes vagy szórakoztató tartalmat keres a befogadó, esztétikai szemponton a szép képminőséget, a jó hangot, esetleg a vágást, míg a médiaszemponton a megszólaló

23 Lásd <https://pannonhalmifoapatsag.hu/kreativ-viragvasarnap/>.

hírnevét, hírességét és a hasonlókkal folytatott versenyt. A közvetítések közül választó vallásos ember saját preferenciáinak megfelelően fog választani a lehetőségek közül.

A befogadókhoz kapcsolódóan még három kérdést említek meg röviden. Az egyik a generációs különbségek erősebb láthatósága. Ezen azt értem, hogy a fiatalok, a digitális bennszülöttek sokkal hamarabb barátkoztak meg az online közvetítésekkel, s valószínűleg már a lezárások előtt is tartoztak online vagy hibrid (egyszerre offline és online) vallási közösséghez. Ők másként gondolkodnak a digitális térben megvalósuló hitelességről és az autoritásról is, mint idősebb társaik.

Másodikként említem az adatbiztonsági kérdéseket. Néhány esetben a közösség ugyanis az online találkozásra használt platformok tekintetében nem bízott meg a szolgáltatóban. Elsősorban német leírásokban talákoztam ezzel a félelemmel: Ralf Peter Reimann (2020) említette, illetve a magyarok esetében a 777 közösség tagjai (Andok & Vigh 2018). S egy esetben szerzői jogi utalásokat is találtam, az online közvetített temetések esetében. Egy cikk abban segítette a gyászolókat, hogy mire érdemes figyelniük a szertartás közvetítésének megszervezése során. S az egyik pont az, hogy ügyeljenek a szerzői jogokra, mert ha a temetés alatt olyan gyászzene szól, amelyet szerzői jog véd, akkor a Facebookon közvetített adás el fog némulni, mivel a közösségi oldal érzékeli, hogy jogvédett zenéről van szó, s lenémítja azt.²⁴

A járvány a politikában, a vallás és a politika kapcsolatában is tükröződött. Donald Trump amerikai elnök 2020. március 15-ét az Egyesült Államokban nemzeti imanappá nyilvánította, amikor is a koronavírus áldozataiért könyöröghettek a különféle egyházak hívei. A proklamáció megemlíti, hogy a járvány miatt nem tudnak az emberek templomokba, imaházakba, mecsetekbe, zsinagógákba járni, de az imára nagy szükség van. Több bibliai részt is idéz: 1 Péter 5:7, a 91-ik zsoltárt és Lukács evangéliumából a 1:37 részt.²⁵ Magyarországon pedig Szijjártó Péter külgazdasági miniszter november 15-ei posztjában utalt arra, hogy csatlakozott a 777 blog felhívásához, s este 8 órakor a közösséggel együtt maga imádkozott a járvány áldozataiért.²⁶

Következtetések

E tanulmány azt tekintette át, hogy a koronavírus-járvány idején miként változott meg az egyházak, a vallási közösségek online megjelenése. Miként gyorsult fel a digitális átállás vagy inkább kiterjesztés alakulása, amit egy teológiai tisztázó munka is kísért az egyházak részéről? A korábban offline működő egyházak számára lehetővé, sőt bizonyos értelemben kényszerűséggé is vált, hogy online felületen is megjelenjenek. Ez többnyire az offline szertartások online közvetítését jelentette, amibe sok kisebb plébánia is bekapcsolódott. A szertartások streamelése mellett a vallási közösségek, csoportok is kiterjesztették működésüket az online felületekre. Megjelentek digitális imaszobák, támogatói beszélgetések, s virtuális kávézók is.

Nyilvánvalóvá vált, hogy nincs egyetemes, egyforma megoldás a vallások, az egyházak online megjelenése tekintetében. Voltak, akik könnyen adaptálták digitális felületre a tevékenységüket, és voltak, akik nem, sőt egyenesen elzárkóztak tőle. A rugalmas, innovációra nyitott közösségek könnyebben oldották meg az online felületen való megjelenést. A karantén feltárta a technológia, az internet olyan lehetőségeit, amelyek korábban észrevétlenek voltak a vallási közösségek számára.

24 Lásd <https://factsandrends.net/2020/04/23/4-tips-for-livestreaming-a-funeral-service/>.

25 Lásd <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/proclamation-national-day-prayer-americans-affected-coronavirus-pandemic-national-response-efforts/>.

26 Lásd <https://www.facebook.com/szijjarto.peter.official/photos/214505703375321>.

Irodalom

- Andok, Mónika & Víg Fanni (2018): Religious communities' digital media use: a Hungarian case study. In: Mihaela A. Tudor & Stefan Bratosin (eds.): *Believe in Technology: Mediatization of the Future and the Future of Mediatization*. pp. 378–392. Les Arcs: IARSIC.
- Barabási Albert-László (2002/2011/2013): *Behálózva. A hálózatok új tudománya*. Budapest: Helikon Kiadó.
- Bogle, Albert (2020): Turning Flavor of the Month into Staple Diet. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 7–10. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Campbell, Heidi A., ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Campbell, Heidi A., ed. (2020b): *Digital Ecclesiology: A Global Conversation*. Digital Religion Publications, Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Cloete, Anita (2020): The Church is Moving On(line). In: Heidi A. Campbell, ed. (2020b): *Digital Ecclesiology: A Global Conversation*. pp. 27–32. Digital Religion Publications, Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Danielsson, Arni Svanur (2020): Connection Trumps Technology. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 10–12. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Floberg, John (2020): The Challenges of Online in Indian Country & Rural America. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 17–19. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Nord, Ilona (2020): Hope-Storytelling in the Age of Corona: How Pastors Foster the Community of Faith. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 67–71. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Perry, Narda (2020): The Charism of Zoom Church. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 29–31. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Reimann, Ralf Peter (2020): Digital is the New Normal – Churches in Germany During the Corona Pandemic. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 31–34. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Sajgó Szabolcs (2020): *Szemponatok a képernyőszenntmisék kultúrájának kialakításához*, https://jezsuita.blog.hu/2020/03/22/szemponatok_a_kepernyoszenntmisek_kulturajanak_kialakitasahoz?fbclid=IwAR2zRcpikxVmGCKdWji1rTqSdVPssAPPEv1A4i6Aw_rHUGPxXoizXwrQ3CA.
- Sbardelotto, Moises (2016): And the word became network: An analysis of the circulation of the 'Catholic' in online communicational networks. *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, no. 11, pp. 229–253.
- Shepherd, Troy (2020): Is Your Church Ready for Social Distancing? In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 40–43. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Silverkors, David (2020): Four Lessons I've Learned in the Wake of the Pandemic. In: Heidi A. Campbell, ed. (2020a): *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. pp. 37–40. Digital Religion Publications. An Imprint of the Network for New Media, Religion & Digital Culture Studies.
- Sinding Bentzen, Jeanet (2020): *In Crisis, We Pray: Religiosity and the COVID-19 Pandemic*. CEPR, CAGE.

Forrásjegyzék

- <https://factsandtrends.net/2020/04/23/4-tips-for-livestreaming-a-funeral-service/>
- <https://pannonhalmifoapatsag.hu/kreativ-viragvasarnap/>
- <https://publicorthodoxy.org/>
- <https://reformatus.hu/egyhaziunk/hirek/istentiszteleti-ajanlasok-krizishelyzetben/>
- <https://www.facebook.com/szijasarto.peter.official/photos/214505703375321>

<https://www.facebook.com/watch/?v=349804032677408/>
https://www.youtube.com/watch?v=RCpbu0K6uU0&list=PLC7BrO_ZPZAA8knE5zrKIFlfAV8Of0A8_&index=705
<https://www.facebook.com/groups/845140862575770/posts/850526355370554>
<https://www.youtube.com/watch?v=QeOMZ5O79fg&list=PL98FC02E5AA17A7C8&index=478>
<https://www.youtube.com/watch?v=687vFJx2gt8&list=PLHI88zWI08AI2xIXaI1LrAfkQsrhftpjC>
<https://www.youtube.com/watch?v=ejvrUwTZiMI>
<https://www.youtube.com/watch?v=Fpox6ICq5ws>
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=lvTKsjuajFQ&fbclid=IwAR3FoXykTjVnsdTfkskRRPFqXJrUGBkc4gqMCY3eY6C22gY9LqkUosZtN8Y>
http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_vallas
<https://tfilin.hu/udvarias-mincha-koronavirus-idejen-rabbi-oberlander-baruch/>
<https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/proclamation-national-day-prayer-americans-affected-coronavirus-pandemic-national-response-efforts/>
<https://www.youtube.com/watch?v=UZKeJymVygk>
<https://zsido.com/alhir-a-videokonferencia-szeder/>
<https://zsido.com/unnepek/aktualis-unnep/>
<https://zsido.com/virtualis-bet-midras/>
Joe Middleton (2020): More than HALF of young people are praying online during pandemic: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8619383/More-HALF-young-people-praying-online-pandemic.html?fbclid=IwAR1JmeN-hPZTGNO2SySZE-i-HxmYnPULW85Brmhn4I-HPvXiKwBrY7YA1J4>

Abstract in English

Trends in online religious processes during the COVID-19 pandemic in Hungary

The COVID-19 pandemic in 2020, the related closures, and the introduction of social distancing, have both in Hungary and globally transformed people's everyday lives: work, education, shopping, entertainment, as well as keeping in touch with family and friends. This study shows how Hungarian churches reacted in the spring of 2020 to physical closure and moved to online space. In the churches, two-way work began with special intensity, to organise the online appearance on the one hand, and to work out theological reflections on the possibilities provided by digital technology on the other. This study investigates the questions of what platforms the churches used and what messages they conveyed to their believers and followers during event- and community-based church and religious presence. Patterns of involvement are reviewed in online religious ceremonies from the believers' viewpoint. In this regard, online data collection was conducted on how believers perceived the experience of social presence, screen-based interactivity and navigation, and the degree of autonomy and personality during digital rites. What did the presence of the camera mean in the process of meaning making, particularly the visual elements and procedures that differed from the visual perception of real presence? Overall, the believers had to deal with a new visual experience, an optical representation of reality, which allowed them to engage in a new type of interactivity and participation.

Keywords: churches on the internet, COVID-19 pandemic, digital religion

Andok Mónika habilitált egyetemi docens, a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Kommunikációtudományi Tanszékének vezetője. Doktori fokozatát 2006-ban szerezte, 2018-ban habilitált. Főbb kutatási területei: médiaműfajok, hálózati kommunikáció, vallás és digitális média kapcsolata. Legutóbbi kötetei: *Digitális média és mindennapi élet* (2016), *A kommunikáció rituális elmélete* (2017). Az Eötvös József Kutatóközpont Információs Társadalom Kutatóintézetének 2020-ban megbízott szenior kutatója volt. A Magyar Kommunikációtudományi Társaság alapító tagja, valamint a Network for New Media, Religion and Digital Culture Studies tagja. Email: andok.monika@btk.ppke.hu

Rajnai Richárd – Németh Szilvia

Digitális médiahasználat az iskolákban – pandémia idején

Egy fókuszcsoportos kutatás eredményei

A koronavírus-járvány miatti korlátozások számtalan ponton és módon alakították át a mindennapi élet megszokott gyakorlatait. A kényszerű változások egyike – a tantermen kívüli oktatás bevezetése – egyaránt hatással volt az oktatási folyamatokra és a családok életére. Az alapvetően a 13 és a 17 év közötti gyerekek online jelenlétére és internethasználatára irányuló, fókuszcsoportos módszerrel végzett kutatásunk¹ a 2020. májusi és júniusi adatfelvétel során kiegészült egy olyan kérdéscsoporttal, amellyel válaszokat kaphattunk a távoktatásból fakadó kérdésekre is. Így arra is, hogy a 2020 márciusában bevezetett tantermen kívüli, digitális munkarend milyen módon alakította át a tanár-, a szülő- és a diákszerepeket, hogyan változtatta meg a köznevelés szereplői közötti kommunikációt, és milyen hatással volt az „iskolai” médiahasználatra. Mindezeket túl vizsgáltuk azt is, hogy az iskolákban, a tanároknál és a tanulói háztartásokban rendelkezésre álló eszközök felhasználásával miként sikerül újragondolni az oktatás kereteit Magyarországon. A nemzetközi standard EU Kids Online, illetve a Global Kids Online vizsgálatok módszertanát is felhasználó empirikus kutatásunk kiemelt módon foglalkozott a digitális oktatással létrejött új oktatási-médiahasználati szituációval, s az eseményekkel együtt haladva kísérletet tettünk az online oktatás mindennapjainak mikroszintű megfigyelésére és értelmezésére.

Kulcsszavak: digitális oktatás, fókuszcsoport, oktatási platformok, online töltött idő, szülő-tanár szerepváltozás, tanár-diák kommunikáció, távoktatás

1. A mediatizált oktatás fő kérdései

Nem kétséges, hogy a tantermen kívüli, digitális tanrend szerinti oktatás markáns változást hozott nemcsak a tanulóknak, hanem a családok életében is. A hagyományos offline nevelési-oktatási folyamatban az iskola és az otthon a gyerekek és szülei életvilágának jól elkülöníthető tereként jelent meg (Livingstone & Sefton-Green 2016). A szülők – még ha szerettek volna is – nem láttak bele közvetlenül az iskola működésébe, nem ülhettek be érdeklődőként a gyermekeik tetszőleges óráira, a járvány okozta megváltozott helyzetben azonban akarva-akaratlanul résztvevők lettek ők maguk is, hiszen a virtuális térbe kényszerült iskola egyszeriben az otthonok részévé vált. Talán nem ilyen erős hatás, de ezzel egyidejűleg a tanárok is minden korábbinál pontosabb képet kaphattak tanítványaik otthoni életvilágáról. A digitális tér, amely a pandémia előtt a szabadidő-eltöltés különféle lehetőségei által egyfajta menekülési útvonalat kínált a fiataloknak az iskola rutinszerű gyakorlata és a szülői felügyelet alól (Livingstone 2016), hirtelen hasonló szabályokkal és kötelezettségekkel kezdett el működni, mint maga az iskola. Még akkor is így van ez, ha az online oktatás intenzitása és formai követelményei nem vethetők össze az osztálytermi oktatásával. Mindezek tükrében tanulmányunkban elsősorban a koronavírus-járvány első hulláma alatti távoktatásos időszak médiahasználati vonatkozásaira koncentrálnunk, a pedagógiai következményeket csak érinteni fogjuk.

¹ A kutatás a T-Tudok Tudásmenedzsment és Oktatókutatató Központ és az Agape Alapítvány együttműködésében valósult meg, az Insite Drama és a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció és Médiatudományi Tanszékének részvételével.

Előljáróban fontos leszögezni, hogy a konvergens médiakörnyezetben, részben online térben, digitális eszközökkel történő tanulás többet jelent a csupán informatikai eszközökkel történő tanuláshoz, miként a média eszközeivel történő oktatás sem azonos a médiáról szóló oktatással (Buckingham 2003/2005). Az elmúlt évtizedben a magyar oktatáspolitikai egyértelműen az előbbinek nyújtott nagyobb terepet, a médiaoktatás szerepe visszaszorult (Hartai 2014, 2016). Ennek következtében a média- és információs műveltség (MIL) fejlesztésének az UNESCO által javasolt párhuzamossága helyett a magyar tantervi szabályozás csak az informatika tantárgy (újabbban digitális kultúra) oktatását teszi mindenki számára elérhetővé, azt is alacsony óraszámokban. A médiatudatosságra nevelés célként ugyan megjelenik a kerettantervekben, ám megvalósítása tisztázatlan. Az ezzel kapcsolatos probléma kettős. Egyfelől látni kell, hogy a médiaműveltség fejlesztése komplex fejlesztési programot takar (Buckingham 2003/2005, Silverstone 2008/2010), amelynek fontos eleme azon ismeretek elsajátítása és kompetenciák fejlesztése, amelyek az online térben való hatékony és etikus részvétel, illetve együttműködés feltételei. A média- és információs műveltség féldolgalos oktatásának következménye, hogy az online részvétel szempontjából különösen fontosnak tűnő képességek és készségek (Jenkins et al. 2009, Jenkins et al. 2016) fejlesztése hangsúlytalan, miközben növekszik a szakadék a fiatalok technológiával kapcsolatos osztálytermi és iskolán kívüli tapasztalatai között (Buckingham 2007). Egy korábbi kutatásunkban azt láttuk, hogy a magyarországi tanárok leginkább az információ használatához kapcsolódó cselekvéseket értik a médiaműveltség fogalmán, a tudásszerzéshez vagy kreatív alkotáshoz (média-írástudás) a pandémiát megelőzően kevesen kapcsolták a fogalmat (Rajnai 2020).

Lényeges megjegyezni, hogy miként a hagyományos osztálytermi tanulás vonatkozásában sem beszélhetünk homogén tanulói csoportokról, ugyanígy a digitális oktatás kapcsán sem tehetjük ezt (Jenkins et al. 2016). Digitális eszközhasználatuk, a konvergens médiakörnyezetben való jártasságuk nagyban függ nemcsak az oktatásuktól, hanem személyes tapasztalataiktól, illetve a médiahasználatuk mértékétől, módjától is (Ito et al. 2008, Helsper & Eynon 2009). A médiában gazdag háztartásokban felnövő gyerekek helyzeti előnyben vannak, az egyének által igénybe vehető erőforrások közti különbségek ebben az esetben is növelik a társadalmi-gazdasági és egyéb egyenlőtlenségeket (Livingstone & Sefton-Green 2016).

Mindezek alapján érthető, hogy a 2020. március 14-én bevezetett tantermen kívüli, digitális munkarend váratlan kihívások elé állította a tanárokat, a tanulókat és a szülőket. Problémát jelentett a távoktatásra és az otthoni tanulásra történő átállás gyorsasága, ám a fókuszcsoportos beszélgetések résztvevői szerint a legnagyobb gondot a köznevelési rendszer felkészítetlensége jelentette. Másként fogalmazva: a médiaműveltség komplex fejlesztésének elmaradása miatt a hosszabb felkészülési idő sem tette volna könnyebbé az új helyzetre történő átállást.

2. A kutatás módszertani sajátosságai

A kutatás – a járványhelyzethez is igazodva – egyedi módszertannal dolgozott: az ország három megyéjében (Baranya, Csongrád-Csanád, Győr-Moson-Sopron), különböző társadalmi csoportokhoz tartozó adatközlők részvételével, 18 fókuszcsoportos interjúra került sor, amelyeken ötven szülő, illetve ugyanennyi diák vett részt. Az adatfelvétel 2020 májusa és júliusa között zajlott, azaz közvetlenül a pandémia első hulláma miatt elrendelt korlátozások végén. A fókuszcsoportokban a legtöbb esetben egy családhoz tartozók voltak, de a szülői és a tanulói csoportok külön szerveződtek.

A kutatási dizájn megtervezésekor fontos szempontot volt, hogy a beszélgetések az ország különböző részein élő, eltérő társadalmi háttérű családok médiahasználatáról, illetve online környezetben történő tanulásáról egyaránt szolgáltatassanak információval. A cél érdekében különböző társadalmi háttérű iskolákat és tanodákat vontunk be a kutatásba. A mintában például egy megyeszékhely egyetemi gyakorló iskolája mellett az ugyanezen város peremterületén lévő, hátrányos helyzetű gyerekeket oktató tanoda is helyet kapott.

A koronavírus-járvány miatt a fókuszcsoportok egy részét csak online módon tudtuk megvalósítani. Ezzel a módszerrel leginkább a középosztálybeli családokat tudtuk elérni. A hátrányos helyzetben lévők esetében a virtuális platformokhoz történő csatlakozás nehézségei miatt személyes beszélgetésekre került sor.

Kutatásunk további sajátossága volt, hogy a hagyományos forgatókönyv és lebonyolítás mód mellett drámás és a vizuális-kreatív eszközöket is alkalmaztunk annak érdekében, hogy egyfajta eltávolító keretbe helyezzük a vizsgált területet. Bár az adatfelvétel módja különböző volt, a 18 fókuszcsoport feldolgozása és elemzése azonos

módon történt. A drámás fókuszcsoporthoz nem a kitalált jelenetek megvalósulása, a vizuális-kreatív csoport esetében pedig nem az elkészült rajzok minősége volt lényeges, hanem a kialakuló diskurzus. Azt tapasztaltuk, hogy a gyerekek könnyebben osztották meg tapasztalataikat így, mint egy hagyományos beszélgetés keretei között.²

A szülői és a tanulói beszélgetések forgatókönyvei a Global Kids Online kutatás módszertani ajánlásai és korábbi tapasztalatai alapján készültek (Livingstone et al. 2012, Livingstone et al. 2018), ugyanakkor figyelembe vettük a magyarországi sajátosságokat is, illetve a forgatókönyv kezdő blokkjában a távoktatás tapasztalataira kérdeztünk rá. A tartalomelemzés során felhasználtuk a beszélgetésekről készült hangfelvételeket és szöveges átiratokat. A szövegek kódolása az Atlas.ti tartalomelemző szoftver segítségével készült, egyfelől a GlobalKids Online kutatás interjú-feldolgozási segédletében szereplő kódok, másfelől a távoktatásra vonatkozóan általunk alkotott kódok alapján, amelyeket a beszélgetésekben elhangzó adatok figyelembevételével készítettünk (lásd az 1. és a 2. táblázatot). Az alkalmazott módszertant és a leggyakrabban használt platformokat külön táblázatokban foglaltuk össze (lásd a 3. és a 4. táblázatot).

1. táblázat

A GlobalKids Online kutatás adaptált kódtáblázata

Kódcsalád	Kód	Kódcsalád	Kód	
1. Hozzáférés	Az első használat	4. Készségek és gyakorlatok	Működtetési készségek	
	A használat gyakorisága		Információs és keresési készségek	
	Használati idő		Szociális készségek	
	Online eltöltött idő		Kreatív készségek	
	A hozzáférés korlátai		Mobil készségek	
	A használat helye		Általános készségbizalom	
	Eszközök		5. Kockázatok	Kockázati tapasztalat
	Eszköz			Kockázati hatás
	Kapcsolódás			Kockázattudatosság
	A kapcsolódás függetlensége			Idegenek
2. Lehetőségek	Pozitív online tapasztalatok	Sértő online viselkedés		
	Online tanulás	Szex		
	Iskolai tanulás	Nem kívánt tartalom		
	Online közösségi részvétel	Kereskedelmi kockázat		
	Online állampolgári részvétel	Technikai problémák		
	Kreatív online részvétel	Egészség és túlzó használat		
	Online szocializáció	6. Mediáció	Szülői mediáció	
	Online szórakozás		Korlátozó szülői mediáció	
	Személyes használat		Technikai mediáció	
	Kereskedelmi használat		Szülői ellenőrzés	
Mobil kommunikáció	A szülői mediáció eredményei			
3. Digitális környezet	Weboldal vagy applikációhasználat		Tanári mediáció	
	Online kommunikáció megközelítése		Kortárs mediáció	
	Viselkedés a közösségi hálózatokon		7. Segítségkeresés és támogatás	Szülői segítség kérése
	Közösségi hálózatok biztonsága			A családi támogatás érzése
			Másokkal megbeszélni felkavaró dolgokat	

² A drámás fókuszcsoporthoz Bethlenfalvy Ádám és Cziboly Ádám által kidolgozott forgatókönyvek alapján, Bethlenfalvy Ádám vezetésével zajlottak, a vizuális-kreatív fókuszcsoporthoz pedig a Kreatív Partnerség program pedagógiai módszertanára épültek. Mindkét módszer lehetővé teszi, hogy a tanulók és a forgatókönyv által felvetett érzékeny témák és az azokkal kapcsolatos személyes tapasztalatok között „játékony” távolság alakulhasson ki. A személyes tapasztalatok egyfajta biztonságos zónába helyezése lehetővé teszi azok veszélytelen elmesélését, a tevékenykedtető feladatok segítségével pedig felszínre hozhatók a rejtett attitűdök, vélemények, akár addig másokkal meg nem osztott nézetegyüttesek is.

2. táblázat

A digitális tanrend/távoktatás elemzése során használt kódok

Kódcsalád	Kód
Digitális tanrend	Online töltött idő
	Napirend
	Technikai nehézség
	Iskolai-tanári módszerek
	Tanári szerep
	Szülői szerep
	Eredményesség, hatékonyság
	Társas kapcsolatok
	Pozitív tapasztalat

3. táblázat

A fókuszcsoportos beszélgetések típusai a módszertan és formai változatok függvényében

Módszer	Technikai forma	
	Online	Offline
Drámás	2	1
Vizuális	0	1
Hagyományos	9	5

3. A kutatás fő eredményei

3.1. A médiatérben töltött idő és az online tanulás nehézségei

Mind a szülők, mind a tanulók véleménye szerint a 2020 márciusában elindult úgynevezett digitális oktatás leginkább a feladatok online ki- és beküldését jelentette, míg a szülői elvárások sokkal inkább egyfajta rendszeres online óratartásra vonatkoztak. Az iskolák ennek az igénynek a megfelelő technikai feltételek és kellő digitális pedagógiai felkészültség hiányában csak elvétve tudtak megfelelni. A szülők szerint az eredményes iskolai munka alapfeltétele a folyamatosság és a rendszeresség, így ebben a különleges, járvány okozta helyzetben elfogadták, hogy ez most egyet jelent az online térben töltött több idővel. Ez a többletidő pedig a válaszok alapján egyértelműen markáns növekedést jelent: bizonyos szülők szerint míg gyermekük korábban naponta maximum egy-két órát töltött digitális térben, addig a távoktatás alatt ez az időmennyiség minimum öt-hat órára nőtt.

A tanulók is lényeges változásként utaltak a játék-tanulás-kommunikáció közötti határ elmosódására, és mindannyian arról számoltak be, hogy jóval több időt töltöttek számítógép előtt, mint korábban. A középiskolás válaszadók esetében ennek mértéke drasztikusan megnőtt, volt, aki tíz-tizenkét órás online jelenlétről beszélt, a korábbi három-négy órához képest.

Az összes megszólaló tanuló egyetértett abban, hogy a koronavírus-járvány miatti korlátozások első hulláma idején otthon töltött időszak a korábbtól eltérő tanulási tapasztalattal járt, amelynek egyik legfontosabb vetületét az idővel való önálló gazdálkodás jelentette. Mindenkinek magának – részben szülői segítséggel – kellett kialakítania az eredményes tanuláshoz szükséges napi vagy heti gyakorlatot.

Az idővel való szabadabb gazdálkodásnak egyszerre volt oka és következménye, hogy a tanulók az iskolai feladatok elvégzését az egyéb szabadidős tevékenységükkel igyekeztek összehangolni. Ezek csak részben voltak

online elfoglaltságok. A kényszerűen otthon töltött hetek során a válaszadóinknak egyre jobban hiányoztak a személyességet igénylő közösségi tevékenységek, vagy egyszerűen csak az olyan rutinok, mint az iskolába történő utazás.

A fókuszcsoportok résztvevői a távoktatás pozitívumaként említették a rugalmasabb napirendet, de azt is látni kell, hogy az önálló feladatmegoldás, illetve a felnőtt segítség és az interaktivitás hiánya miatt a korábbinál több időre volt szükség bizonyos tantárgyak vagy tananyagok elsajátításához.

A beszélgetések alapján úgy gondoljuk, hogy többnyire nőtt a tanulásra fordított idő. Az egyik drámás csoport 16 megszólalója között csak egy fiatal volt, aki szerint kevesebb időt kellett a tanulásra szánni. A többiek mindannyian sokkal több, esetenként háromszorosára emelkedett tanulási időre panaszkodtak. Egybehangzó nehézségként fogalmazták meg a korábbinál sokkal több házi feladatot; ez egyformán érintette az általános iskolás és a középiskolás korosztályt. A fiatalabb tanulók esetében a szülők próbálták átvenni a tanárok ellenőrző, fegyelmező szerepét, a középiskolások esetében a tanulási folyamat menedzselése szülői kontroll nélkül történt. Esetükben a szülők úgy élték meg ezt a helyzetet, hogy a tizenéves gyermekeik a karanténoktatás időszakában kikerültek a látómezejükből, és gyakran azt sem tudták, hogy mit csinálnak, hiába voltak fizikailag otthon.

3.2. A tanár-diák online kommunikáció jellemzői

A tanulók többféle tanári kommunikációs gyakorlatról számoltak be. A különbségek egyik dimenziója vélhetően a tanárok digitális kompetenciáival függ össze. A tanulók számára a távoktatás első napjaiban lett világos, hogy tanáraik is most tanulják ezt a rendszert, s hogy nekik is időre van szükségük ahhoz, hogy gördülékenyebben tudjanak dolgozni. Egy falusi iskola diákjai arról számoltak be, hogy nem naponta, hanem hetente egyszer kinyomtatva kapták meg a feladatokat.

A tanulói fókuszcsoportokban több példát említettek a pozitív tanári hozzáállásra: volt, aki telefonon segített a tananyag feldolgozásában, mások hangfelvételt küldtek, és sokan tartottak napi rendszerességgel online órákat. Ugyanakkor a drámás beszélgetések mindegyikében említettek olyan esetet a megszólalók, amikor egy pedagógus a kifejezett tanulói kérésre sem segített.

A fókuszcsoportokban elhangzottak alapján úgy látjuk, hogy az online oktatás során jelentős eltérés volt a hátrányos és a nem hátrányos helyzetű tanulókat tanító pedagógusok gyakorlatai között. A hátrányos helyzetű családokat kezdetben az akadozó internetcsatlakozás és az esetleges eszközhiány miatt nehezen tudták elérni a tanárok. Ezért – például egy baranyai, szegregátumban található iskola esetében is – a hétről-hétre nyomtatott és visszakért feladatok voltak jellemzőek. Ez a gyakorlat a legtöbb helyen azonban az egész karanténidőszakban megmaradt, annak ellenére is, hogy egyre inkább láthatóvá vált, a wifi-csatlakozás megoldható, és okostelefonnal is rendelkezik szinte minden háztartás. Mivel a nyomtatott feladatlapok gyakorlatát nem váltotta fel a digitális oktatás, így – a tanulók elmondása szerint – a pedagógusok által írt esetleges Messenger-üzenetekre alig reagáltak, az emailen történő kommunikációt a tanárok nem erőltették, a gyerekek pedig nem ellenőrizték gyakran a postafiókjukat. Csak néhány tanuló figyelte rendszeresen a postáját, oldotta meg az így kapott feladatokat, és küldte vissza lefotózva a megoldásokat. A többiek szerint a karanténidőszak „nem tanulásról” szólt, a lezárásokat követően a helyi tanodában próbálták nagyjából egy hét alatt bepótolni az elmaradásokat.

További általános tanulói tapasztalatként fogalmazódott meg, hogy a tanárok nem egyeztettek egymással, és nem ismerték tanítványaik leterheltségének mértékét. Nem vették figyelembe a többi órára kiadott feladatok mennyiségét. Nem volt naprakész információjuk arról, mennyire érzik magukat fáradtnak a fiatalok, sőt azt sem tudták, esetleg kisebb testvéreikkel is napi szinten ők foglalkoznak-e vagy sem.

A digitális, tantermen kívüli munkarend a szülők számára is többletterhet jelentett. Nemcsak szülőként kellett megfelelniük, hanem – az általános iskolás korú gyermekeik esetében – tanári teendőik is lettek. Támogatniuk kellett a tanulást, segítséget kellett nyújtaniuk az értelmezésben, el kell magyarázniuk a nehezebb tananyag-elemeket, és figyelniük kellett a folyamatos tanulásra is. Nem meglepő, hogy a tanári szereppel a képzetlenebb szülők küzdöttek meg nehezebben.

3.3. A digitális eszközök és alkalmazásuk praxisa

A tanulói elmondások alapján egyértelműen megállapítható, hogy a vizsgált időszakban megváltozott a gyerekek internethasználati gyakorlata. A távoktatást megelőzően az okostelefonok használata főként a reggeli és a délutáni/esti időszakra korlátozódott, vagyis az iskola falain kívül töltött szabadidőre. Az új helyzet azonban folyamatos online jelenlétet igényelt, az okostelefon vált a tanulás legjellemzőbb eszközévé. Ez alól kivételt jelentettek azok a hátrányos helyzetű tizenévesek, akiknek részvételi nehézségeiről már szóltunk.³ A telefonhasználatot a leginkább a háztartásokban elérhető digitális eszközök száma befolyásolta. Minél többen voltak otthon egy *home office*-ba szorult családban, annál nehezebb volt saját asztali számítógépet vagy notebookot biztosítani a tanuláshoz. Az okostelefonok – ritkább esetben tabletek – intenzív használata tehát inkább kényyszerűségnek tekinthető, mint ideális megoldásnak. Mindehhez hozzátehetjük, hogy a digitális munkarend bevezetésekor sok esetben kényszerültek új eszköz beszerzésére a középosztálybeli családok is. Hasonló beruházásról a hátrányos helyzetű családok tagjai nem számoltak be. A zavartalan, önálló munkavégzést lehetővé tevő tanulási környezetet azokban a családokban volt a legnehezebb biztosítani, ahol többen tartózkodtak otthon. A párhuzamosan csatlakozó eszközök magas száma miatt sok esetben az oktatásban való részvételt az akadózó internetelés is nehezítette.

Az eszközhasználat a családok anyagi helyzete és a megfelelő eszközök szűkössége miatt az okostelefonok dominanciáját eredményezte, a szoftver- és a platformhasználat terén azonban nagyfokú változatosságot talá-lunk. Mivel az online oktatás a legtöbb iskola esetében teljesen újszerű volt, ezért a vizsgált időszak első felét a felfedezés jellemezte, azaz a pedagógusok többféle digitális oktatási felületet próbáltak birtokba venni. Az első hetekben szinte tanáronként változott a használt platform, ami nehezítette a tanulók dolgát, ennek ellenére a gyerekek utólag úgy látták, hogy könnyen tudtak alkalmazkodni az új helyzethez. Mindössze ketten említették, hogy nem ismertek egy-egy alkalmazást (például feladat beküldése gmailben), és ehhez nem nagyon kaptak külső segítséget, így maguknak kellett kitapasztalniuk a felület működését.

Az első hetek bizonytalanságát követően az iskolák intézményi szinten vagy a munkaközösségek szintjén alakítottak ki protokollokat, és ezzel sikerült racionalizálniuk az alkalmazások használatát. A tanulók háromféle gyakorlatot említettek. Voltak iskolák, ahol egy közös, belső oldalt használtak, és heti vagy havi rendszerességgel arra töltötték fel az összes feladatot. Másutt egységesen, iskolai szinten a Kréta vagy a Google Classroom felületét használták. De voltak olyan oktatási intézmények is, ahol a tanárok maguk választhatták ki a számukra megfelelő alkalmazást. A tanulói fókuszcsoporthoz során a következő applikációk, platformok kerültek szóba, mindegyikük alapvetően más-más funkciót töltve be (lásd a 4. táblázatot).

A szülők a legtöbb kritikát az e-Kréta felülettel kapcsolatban fogalmazták meg, amely ebben az időszakban nem volt alkalmas a távoktatásos órák megtartására. Hasonló véleményen voltak a tanulók is, akiknek ez a rendszer nem volt ismeretlen, de korábban csak adminisztratív feladatok ellátására alkalmas felületként használták. Az online oktatás időszakában más szereppel is megpróbálták felruházni, több-kevesebb sikerrel.

Azok az iskolák, ahol lehetővé tették az online tanórák tartását is, főként Discordot, Zoomot, Google Meetet, illetve Messengert használtak. A válaszadó tanulók szerint az „élő tanítás” a leginkább a nyelvvóránál és a matematikánál volt fontos és hasznos, sokat segített a tananyag megértésében, feldolgozásában.

A fókuszcsoporthoz megfogalmazott pedagógus foglalkozású szülők tapasztalataik megosztásakor a két szerepüknek megfelelően jártak el: míg szülőként szívesen fogalmazták meg kritikát, addig tanárként igyekeztek megmagyarázni, hogy számukra milyen nehézségekkel járt az átállás, illetve milyen saját tanulási folyamaton mentek keresztül. Az online oktatási eszközök és módszertan ilyen arányú alkalmazása minden egyes, tanárként

³ Míg az egyik Csongrád-Csanád megyei fókuszcsoporthoz arról számoltak be, hogy valamennyi rászoruló család kapott a településtől eszközt, addig az egyik baranyai szegregátumban élő kilenc családból csak hatnak volt internetelésük, egy család rendelkezett számítógéppel, a másik nyolc mobiltelefonnal próbált részt venni a digitális oktatásban.

is megszólaló szülő számára komoly kihívás volt, különösen azoknak, akiknek digitális felkészültsége és tudása – elmondásuk szerint – alacsonyabb szinten állt.⁴

A tanárként dolgozó válaszadóink úgy érezték, hogy kevés külső segítséget és támogatást kaptak digitális kompetenciáik fejlesztéséhez. Az új módszereket és platformokat egyrészt önállóan, másrészt kisebb munkaközösségek tagjaival együttműködve próbálták adaptálni a felmerülő helyzetek megoldásához.

4. táblázat

*A leggyakrabban használt alkalmazások a digitális munkarend első időszakában
(2020. március-május)*

Platform	Alkalmazási terület	Felhasználók köre
Kréta rendszer	Feladatkiadás, tanári értékelés rögzítése (osztályzatok), házi feladatok adminisztrációja	tanár, szülő, tanuló
Google Classroom	Feladatkiadás, feladatbegyűjtés, online kommunikáció	tanár, szülő, tanuló
Google Meet	Online tanórák tartása, videohívás	tanár, tanuló
Microsoft Teams	Online tanórák tartása, feladatok kiadása, a megoldások összegyűjtése, dokumentálása, online kommunikáció	tanár, tanuló
Discord	Online tanórák tartása, online csoportmunka, hang/videóhívás	tanár, tanuló
Redmenta	Tesztírás, dolgozatírás, ellenőrzés	tanár, tanuló
Zoom	Online (osztályfőnöki, idegenyelv-)órák tartása, hangszerez órák tartása, online szülői értekezlet	tanár, szülő, tanuló
Facebook	Tanári feladatmegosztás, szülők tájékoztatása	tanár, szülő
Messenger	Feladatkiadás, feladatbeküldés, csoportmunka, videohívás	tanár, tanuló, szülő
Viber	Feladatkiadás, csoportos videohívás, feladatvisszaküldés	tanár, szülő, tanár
Gmail	Online kommunikáció, feladatkiadás, feladatvisszaküldés, szülői tájékoztatás	tanár, szülő, tanuló
MozaWeb	Tantárgyi pluszfeladatok, gyakorlófeladatok kiadása, online megoldása, ellenőrzése	tanár, tanuló
Kahoot!	Online tudásfelmérés, tudáspróba, kvizek, tesztek	tanár, tanuló

4. A távoktatás értékelése

A távoktatás eredményességét, hatékonyságát és hatásait többféle szempont alapján lehet értékelni. Kutatásunkban a résztvevők szubjektív beszámolóira alapoztunk, nem beszéltünk a megkérdezett tanulók tanáraival, és nem hasonlítottuk össze a pandémia előtti eredményeiket az otthon tanulás során szerzett osztályzataikkal. Erre a feladatra azért nem vállalkoztunk, mert a karanténidőszak alatt a hagyományos értékelés formája és tartalma is megváltozott. A beszélgetéseken résztvevő tanár-szülők szerint már önmagában az is fejtörést okozott a számukra, hogy az online kiadott feladatokat miként értékeljék. A tanulási teljesítmény, illetve az ekkor kapott osztályzatok, az otthontanulás időszakának kísérleti jellege miatt keveset mondanak el erről a három hónapról, ezért inkább az ezzel kapcsolatos tanulói és szülői narratívák elemzése alapján próbáltunk egyfajta – bár nyilván nem teljes – mérleget vonni.

A tantermen kívüli digitális tanrend 2020. tavaszi három hónapja lehetőséget teremtett a fejlődésre. Az iskolákban különböző sebeséggel alakult ki a távoktatás helyi módszertana. A fókuszcsoportokban megszólaló

⁴ Ugyanakkor arra is felhívták a figyelmet a beszélgetések résztvevői, hogy a tanulók digitális kompetenciában is jelentős különbségeket lehetett érzékelni.

tanár-szülők például büszkék voltak arra, hogy végül mindannyian megtalálták azokat a platformokat és megoldásokat, amelyekkel hatékonyabban tudtak tanítani, mint a távoktatás kezdetén. Ugyanakkor nem beszélhetünk az egész rendszert érintő, átfogó folyamatokról. A különböző iskolákban eltérő eljárások alakultak ki, és jelentős különbségeket tapasztaltak a szülők és a tanulók. Míg az egyik tudományegyetem gyakorló iskolájában már a lezárások előtti héten elkezdtek felkészülni a várható otthon tanulásra, és mindvégig változatos és célszerű platformhasználatot fenn tudták tartani az oktatás folyamatosságát, addig a szegregátumokban működő iskolák és azok tanulói között szinte teljesen megszakadt a kapcsolat. Így talán nem túlzás azt mondani, hogy a pandémia első hulláma növelte a tanulási egyenlőtlenségeket.

A szülők úgy látták, és ezt a tanulói beszélgetések is megerősítették, hogy évvégére csökkent a gyerekek tanulási motivációja. Nemcsak a tanárok közvetlen visszajelzéseit hiányolták, hanem különösen rosszul élték meg a személyes kapcsolatok, a barátokkal folytatott közös tevékenységek hiányát. Másként fogalmazva: az online kapcsolatok nem tudták helyettesíteni a fizikai érintkezést és kommunikációt.

Úgy látjuk, hogy a koronavírus-járvány hatására bevezetett digitális munkarend ugyan felgyorsította azt a folyamatot, amelynek eredményeként a digitális világ a mindennapi élet egyre több funkcióját veszi át, ugyanakkor az állandó online jelenlét szükségessége teherként is megjelent. Kutatásunk eredménye ezen a ponton összhangban áll Sonia Livingstone és Julian Sefton-Green (2016) kutatásának konklúziójával, miszerint a későmodern médiakörnyezetben a hálózatokhoz való kapcsolódás nem csak előnynek tekinthető; a kapcsolaton kívüliség éppúgy jellemzője a tizenévesek médiahasználati praxisának, mint a hálózaton való „lógás”.

A karanténoktatás első időszakának tapasztalatai rámutatnak arra is, hogy a digitális tér oktatást segítő lehetőségei, módszerei hatására a legtöbb helyen ennyi idő alatt nem alakult át gyökeresen a tanulási-tanítási folyamat. Egyfelől a távoktatásba nem volt mindenki azonos mértékben bevonható, másfelől világossá vált, hogy a személyes kapcsolatok, az egyéni és a csoportos visszajelzések nem válhatnak ki pusztán online eszközökkel. Számolnunk kell a digitális világ egyfajta hétköznapi „túlcsoportulásával” is, amely a mindennapi élet egyre erősebb mediatiszációjának következménye (Szijártó 2021).

Irodalom

- Buckingham, David (2003/2005): *Médiaoktatás*. Budapest: HSA & ÚMK & ZSKF.
- Buckingham, David (2007): Media education goes digital: an introduction, *Learning, Media and Technology*, vol. 32, no. 2, pp. 111–119.
- Buckingham, David (2019): *Rethinking digital literacy: Media education in the age of digital capitalism*. Digital Education Review 2020, <https://ddbuckingham.files.wordpress.com/2019/12/media-education-in-digital-capitalism.pdf>.
- Harta László (2014): *Médiaműveltség – Iskolakeretben. A médiaműveltség fejlesztése az európai közoktatás rendszerében*, http://televele.hu/wp-content/uploads/2014/03/hartai_mediamuveltség_iskolakeretben.pdf.
- Hartai László (2016): Újra válaszúton a mozgókép- és médiaoktatás? *Neveléstudomány*, 2. sz. 5–28. o. http://nevelestudomany.elte.hu/downloads/2016/nevelestudomany_2016_2.pdf.
- Helsper, Ellen & Rebecca Eynon (2009): Digital natives: where is the evidence? *British Educational Research Journal*, vol. 36, no. 3, pp. 503–520.
- Jenkins, Henry, Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton & Alice J. Robinson (2009): *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Cambridge: MIT Press.
- Jenkins, Henry, Mizuko Ito & Danah Boyd (2016): *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Livingstone, Sonia, Leslie Haddon & Anke Goerzig (2012): *Children, Risk and Safety on the Internet: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: Policy Press.
- Livingstone, Sonia (2016): The Class: Living and Learning in the Digital Age. In: Sonia Livingstone & Julian Sefton-Green (eds.): *The Class – Living and Learning in the Digital Age*. New York: New York University Press.
- Livingstone, Sonia & Julian Sefton-Green, eds. (2016): *The Class – Living and Learning in the Digital Age*. New York: New York University Press.

Livingstone, Sonia, Giovanna Mascheroni & Elisabeth Staksrud (2018): European research on children's internet use: assessing the past and anticipating the future. *New Media and Society*, vol. 20, no. 3, pp. 1103–1122.

Mizuko Ito, Heather Horst, Matteo Bittanti, danah boyd, Becky Herr-Stephenson, Patricia G. Lange, C. J. Pascoe & Laura Robinson (2008): *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Chicago: MacArthur Foundation.

Rajnai Richárd (2020): A médiaműveltség értelmezési keretei a magyarországi tanárok körében. *Me.Dok*, 3. sz. 113–130. o.

Silverstone, Roger (2008/2010): *Médiaerkölcs – A médiapolisz felemelkedése*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Szijártó Zsolt (2021): *Média-otthonok. Az „overflow”-jelenség és a kortárs kultúrakutatás. Egy médiaetnográfiai kísérlet*. 2021. június. Kézirat.

Abstract in English

Digital media use in schools – during a pandemic. The findings of a focus group research

The toughest recent challenge for the Hungarian public education system was the introduction of online education in March 2020. Pupils, teachers and parents had to leave the school's usual classroom-based institutional framework without any preparation, and to rethink the whole process of learning/teaching in cyberspace, using the available—and often quite contingent—set of digital tools. Three months of online education offers a large-scale experiment with many lessons on how to reorganise the teaching/learning process in the digital space, how the roles of teachers, parents and students are changing, and how the communication between the actors of public education is changing. This paper, based on an empirical research on the online presence and internet use patterns among children aged 13–17, and using the methodology of the international standard EU Kids Online and Global Kids Online surveys, attempts to explore these issues. It focuses on the new educational/media use situation created by digital education, and makes an attempt to observe and interpret the everyday practice of online education at the micro level.

Keywords: changes in parental and teacher roles, digital education, distance learning, educational platforms, focus group discussions, teacher/student communication, time spent online

Rajnai Richárd médiapedagógus. A Berzsenyi Dániel Főiskolán szerzett történelem-művelődésszervező diplomát, majd a PTE-n médiatanári és történelem szakos képzést. 2016-tól a PTE Nyelv- és Kommunikáció Doktori Programjának hallgatója. Kutatási területe a fiatalok médiahasználatára. Email: rajnair@t-online.hu

Németh Szilvia szociológus, oktatáskutató. Munkahely: T-Tudok Tudásmenedzsment és Oktatáskutató Központ Zrt, kutató, ügyvezető igazgató. Kutatói érdeklődése elsősorban a hátrányos helyzetű és roma tanulók oktatására, az integrációs programok működésére, a méltányosság és minőségi oktatás témakörére, a kreatív oktatás gyakorlatára irányul. 2008 óta vesz részt hazai és nemzetközi empirikus kutatásokban, programértékelésekben. 2016 és 2020 között az OECD CERi „A kreativitás fejlesztése és mérése az oktatásban” nemzetközi kutatási projektjének magyarországi koordinátora, szakmai vezetője. Email: nemeth.szilvia@t-tudok.hu

Polyák Gábor – Nagy Krisztina

Az egészségügyi kommunikáció alkotmányos keretei

A Covid19 a közösségi média korszakának első világméretű járványaként „infodémiát” is előidézett. Félretájékoztató, dezinformáció és pletykák veszélyeztetik az egészségügyi krízis kezelését. E tanulmány az infodémia jelenségének bemutatása után az egészséghez való jog, a tudomány szabadsága és a véleményszabadság közötti alapjogi ütközéseket elemzi.

Kulcsszavak: Covid19, dezinformáció, egészséghez való jog, infodémia, tudomány szabadság, véleményszabadság

1. Az infodémia jelensége

Az újmédia korában az egészségügyi kommunikációval összefüggő társadalmi kockázatok vizsgálata új és kiterjedt társadalom- és kommunikációtudományi kutatási területté vált. A Covid19-pandémia felhívta a figyelmet arra, hogy az emberi egészség nemcsak a könnyen hozzáférhető egészségügyi ellátástól függ, hanem attól is, hogy az információs környezet mennyire egészséges: az emberek hozzájutnak-e olyan megbízható, pontos információkhoz, amelyek alapján tájékozódhatnak a fenyegetés jellegéről, a védelem eszközeiről, módszereiről (OSCE 2020); működnek-e a hiteles és megbízható információkhoz való hozzáférést biztosító garanciális intézmények, eljárások; az információs környezet segíti-e a közegészség védelmét.

A világméretű járvány vitathatatlanul egyedülálló jellege előtérbe helyezte a nyilvános kommunikáció központi szerepét a pandémia kezelésében. Megnőtt az információ és a hiteles, megbízható információhoz való hozzáférés jelentősége, mivel vakcina és hatékony kezelés hiányában a klasszikus népegészségügyi stratégiák és a nem gyógyszeres alapú intézkedések (például a maszkviselés, a rendszeres kézmosás, a távolságtartás) kulcsfontosságúak a járvány kezelésében. Márpedig ezeknek az intézkedéseknek a tudatosítása és a hatékonysága a nyilvános kommunikációtól és a meggyőzéstől is függ (Nan & Thompson 2020).

2. Világméretű járvány és közösségi média

A közösségi média elterjedésének eredményeként megnőtt az információs környezetben a felhasználók által készített egészségügyi tartalom mennyisége, amely a közösségi médiában a közfeladatot ellátó szervezetek közleményei mellett jelentős figyelmet és forgalmat generál. A kutatások igazolják, hogy sok esetben nagyobb tömegeket ér el egy influensza maszkviselésre buzdító vagy éppen a maszkviselés ellen érvelő üzenete, mint a hivatalos szervek egészségügyi információi (Nan & Thompson 2020). A közösségi média elterjedt használata ugyanakkor azzal is jár, hogy jelentős mértékben nőtt a hamis, megtévesztő, megkérdőjelezhető hitelességű egészségügyi információk mennyisége a nyilvános közbeszédben (Lazer et al. 2017).

A Covid19 a közösségi média korszakának első járványaként „infodémiát” is előidézett. Az infodémia az Egészségügyi Világszervezet (World Health Organisation, WHO) meghatározásában

...egy problémával kapcsolatos túlzott mennyiségű információ, amely megnehezíti a megoldás meghatározását. Félretájékoztató, dezinformáció és pletykákat terjeszthetnek

egy egészségügyi vészhelyzet során. Az infodémia akadályozhatja a hatékony közegészségügyi válaszleépéseket, és zavart és bizalmatlanságot okozhat az emberek körében (idézi UN DGC 2020).

A WHO már a világvárvány kezdetekor felhívta a figyelmet a vírus terjedésével párhuzamosan megjelenő információs környezeti kockázatokra (WHO 2020a). A járványokhoz a múltban is kapcsolódott a hamis, megalapozatlan információk megjelenése és terjedése. Ami új a mostani helyzetben, az a gyors terjedés és a tömegesség okozta nagyobb hatás. A mai kommunikációs technológiák felerősítik a hamis (megalapozatlan, nem bizonyított), ártalmas egészségügyi információ hatását. Óriási mennyiségű feldolgozatlan tudományos információ terjed a nyilvánosságban nem képzett közönség felé (Viswanath et al. 2020).

Andy J. King és Allison J. Lazard (2020) az infodémiát kísérőjelenségnek tekintik: az információs környezetet változó pontosságú és hasznosságú információk árasztják el, ami miatt nagyobb kihívást jelent a hiteles információ keresése. Ezek a feltételek megkérdőjelezzik az információk ellenőrzésére tett erőfeszítések hatékonyságát, és az információmegosztás nemkívánatos eredményekhez vezethet, például a félretájékoztató terjedéséhez. A kockázatot növeli, hogy a pandémia nyomán kialakult általános bizonytalanság felerősíti a félretájékoztatóval szembeni védtelenséget és az összeesküvés-elméletek iránti fogékonyságot (Krekó 2018).

Az infodémia kialakulásában szerepet játszott, hogy az interneten olyan szervezett csoportok szokatlan összeolvadása következett be, amelyek általánosságban ellenzik az állami intézkedéseket. E csoportok közé tartoznak az összeesküvés-elméletek hívei, a tudományellenes csoportok, a fegyverpárti lobbik és az oltásellenes csoportok, amelyek szándékosan vagy véletlenszerűen dolgoznak együtt azért, hogy meggyőződésüket hangoztassák. A közösségi média hozzájárult a megtévesztő és félrevezető információ terjedéséből fakadó kockázatok növekedéséhez: a korábban csak az internet eldugott zugaiban kommunikáló csoportok kommunikációját a mainstreambe emelte, és a széles elérésű közbeszéd részévé tette. Szokatlan módon előfordult, hogy maguk a hatalmi, politikai szereplők is erősítették a félrevezető kommunikációt folytató csoportok hangját (Viswanath et al. 2020).

A megtévesztő, pontatlan vagy valótlan egészségügyi információknak kritikus következményeik lehetnek, hiszen az egészségügyi félretájékoztató emberek életét és testi egészségét veszélyezteti. A jelenség nem pusztán az egyén szintjén jelent kockázatot, hanem ennél szélesebb társadalmi kockázatot hordozva a közegészség védelmének alapvető értékét is érinti. A megtévesztő, tudományos alapokat nélkülöző, hamis hírekre épülő oltásellenes kommunikáció ugyanis alacsonyabb immunizálási arányt eredményezhet. Emellett a széles körű félretájékoztató rontja az egészségügyi szolgáltatók hitelességét, és a gyógyszerek, az élelmiszerek és az oltások hibás alkalmazásához vezethet (Sameer et al. 2019).

3. Társadalmi okok és következmények

Az infodémia összetett társadalmi jelenség, amely nem magyarázható pusztán az infokommunikációs környezet átalakulásával. Megértéséhez és megfelelő kezeléséhez a tágabb társadalmi és politikai kontextus vizsgálata szükséges. A pandémia kezdeti időszakának információs környezetét vizsgáló elemzések, köztük a Reuters Institute kutatása (Brennen et al. 2020) rávilágítanak arra, hogy a hamis, megtévesztő kommunikáció gerjesztésében politikai szereplők, illetve a közösségi médiában szereplő véleményvezérek is aktívan részt vesznek. A kutatás 2020. január és március vége között, tényellenőrzők által hamis vagy félrevezetőnek minősített, Angliában nyilvánosságra hozott, 225 hamis információból álló minta terjedését vizsgálta. Az eredmények szerint vezető politikusok, hírességek vagy más prominens közéleti személyiségek készítették vagy terjesztették a mintában szereplő félretájékoztatók 20 százalékát, de ez a félretájékoztató vonzotta a mintában szereplő összes felhasználói figyelem nagy részét (69 százalékát). Az eredmény a *top-down* dezinformáció kiemelkedő hatékonyságára, a közszereplőknek az információs bizonytalanság kialakulásában játszott szerepére hívja fel a figyelmet.

A WHO az infodémia társadalmi következményeként említi, hogy a dezinformáció polarizálja a járványról zajló társadalmi vitát, növeli a gyűlölködő közlések számát, a társadalmi konfliktusok esélyét és az erőszak kockázatát, valamint hosszabb távon fenyegetést jelent a demokráciára, az emberi jogokra és a társadalmi kohézióra nézve (WHO 2020b).

Az infodémia jelenségére adható jogi válaszok előkérdése a jelenség alapjogi kontextusának vizsgálata. Ebben a körben a véleménynyilvánítás szabadsága, a tudomány szabadsága és az egészséghez való jog ütközésének vizsgálatára fókuszálunk, és e tanulmányban elsősorban az Európai Emberi Jogi Bíróság esetjoga alapján rögzítjük az egészségügyi kommunikáció határaitól függő megállapításokat. A tanulmány terjedelmi korlátaira tekintettel az esetjog leíró bemutatására vállalkozunk, és nem vázolunk fel lehetséges megoldásokat az alapjogok ütközésének feloldására.

4. Ártalmas egészségügyi információk

A pandémia időszaka világossá tette, hogy a hozzá kapcsolódó infodémia nem homogén jelenség. Sokféle különböző szereplő egymástól eltérő célból nagyon különböző minőségű információt terjeszt (Brennen et al. 2020). A probléma igen összetett, és nem pusztán a megtévesztő, hamis egészségügyi információk terjesztéséből áll. A kommunikációs kihívások jó része a nem egyértelmű és nem világos hivatalos (állami) üzenetek miatt merült fel. Erre példa lehet a maszkviseléshez kapcsolódó hivatalos tájékoztatás a járvány kezdetén. Miközben a maszkviselés a vírus terjedését akadályozó hatékony eszköz, a járvány első időszakában az USA egészségügyi adminisztrációja, például az U.S. Surgeon General ezzel ellentétes kommunikációt folytatott (Noar & Austin 2020). Nem támogatta a maszkviselést kezdetben Anthony Fauci immunológus, az Egyesült Államok National Institute of Allergy and Infectious Diseases (NIAID) igazgatója sem, elsősorban azon aggodalma miatt, hogy a megnövekedett igények nehezítik majd az egészségügyi dolgozók maszkkal való ellátását. Fauci később módosított kommunikációján, ahogy az ellátás állandósult, illetve a kutatások igazolták a maszkviselés hatékonyságát (Noar & Austin 2020).

A Covid19-hez kapcsolódó félreinformálás olyan sokszínű, amelynek a vele kapcsolatos információk (Brennen et al. 2020). Nem szűkíthető le pusztán az emberi egészségre vonatkozó ártalmas információra. A pandémia kommunikációs környezetét vizsgáló kutatások alapján 2020 tavaszán a hamis, megtévesztő információk jó része az egészségügyi szervezetek és hatóságok tevékenységére, intézkedéseire vonatkozó hamis információ volt, amely tágabb értelemben jelent a közegészségre kockázatot. Mivel az egészségügyi szervezetekbe vetett bizalom szintje a járványügyi intézkedések hitelessége, a járvánnyal szembeni védekezés fontos eleme, az ezekre vonatkozó hamis információk is jelentős mértékben befolyásolják a járvány alakulását. Ugyanakkor a társadalmi bizalom korántsem független az egészségügyi szervezetek, az állami szervek tájékoztatási tevékenységétől, azaz az átlátható, világos kommunikációtól.

Ennek a kölcsönhatásnak jogi relevanciája van. Ez alapján kell meghatározni, hogy hol húzódnak e szervezetek bírálhatóságának a határai, és a tevékenységükre vonatkozó állítások közül mely közléseket kell már ártalmas információnak tekinteni. E kérdés megválaszolása rendkívül összetett, hiszen a vizsgálat szempontjai között mindenképpen megjelenik, hogy az adott közlés ténynek vagy véleménynek tekinthető-e, mi a közlés tágabb kontextusa, de az értékelés függhet az adott nyilvánosság általános működésétől, a médiaszabadság és a pluralizmus szintjétől is. Ebből fakadóan e körben leszűkítjük a vizsgálatot azokra a hamis, megtévesztő egészségügyi információkra, amelyek közvetlenül érintik az emberi egészséget, és nem foglalkozunk az infodémia kontextusában elhelyezhető összes ártalmas egészségügyi információval. Vizsgálatunkat az egészségmegőrzést biztosító viselkedési, magatartási szabályokra (például a maszkviselésre, a fertőtlenítésre) vonatkozó közlésekre, valamint a különböző gyógymódokra, gyógyászati eszközökre, gyógyszerekre vonatkozó közlésekre korlátozzuk.

5. Alapjogok ütközése

5.1. Véleményszabadság vs. emberi élethez való jog?

Az infodémia jogi kezeléséhez kapcsolódó alapjogi vizsgálat során azt elemezzük, hogy hol húzódik az egészségügyi kommunikáció határa, melyek azok a közlések, amelyeket már nem véd a véleménynyilvánítás szabadsága. Az egészségügyi kommunikáció korlátainak meghatározása során döntő tényező, hogy a véleményszabadsággal

való visszaélés ebben az esetben az élethez és az egészséghez való alapvető emberi jogot sérti, illetve veszélyezteti. Az élethez való jog mint az emberi jogi hierarchia élén álló jog nyilvánvalóan szükségessé teszi a véleményszabadság korlátozását. Minél közvetlenebbül veszélyezteti az adott kommunikáció az emberi életet, annál szélesebb állami beavatkozás minősül arányos korlátozásnak.

Az emberi élet veszélyeztetésnek mértéke ugyanakkor nem csak a kommunikáció tartalmától függ. Ebben az esetben is érvényes a magyar alkotmánybíróság mércéje, amely szerint nem a kommunikáció tartalma, hanem annak hatása alapozza meg az állami beavatkozást. Az egészségügyi termékekhez adott hivatalos tájékoztató, az orvostól vagy a gyógyszerésztől kapott információ meggyőző ereje óriási: ezek az információk kényszerítően határozzák meg a laikusok döntéseit. Ennél nagyobb az egyén felelőssége a nem szakemberektől származó, például a közösségi médiában terjedő vagy nem ellenőrzött forrásból származó egészségügyi információk felhasználásával kapcsolatban. Az ilyen információkra alapozott döntés komoly egyéni és közösségi következményekkel jár, ezért az egyéntől fokozott gondosság várható el az információ felhasználása során. Ugyanakkor a laikus információk is sok esetben szakembertől származó információként vannak feltüntetve, az információ forrása tekintetében megtévesztik a befogadót. Az államnak a megtévesztő kommunikáció, a félretájékoztatás körében a közegészség védelme éppúgy kötelezettsége, mint a szabad véleménynyilvánítás feltételeinek megteremtése.

5.2. Egészségügyi kommunikáció és a tudomány szabadsága

Az egészségügyi kommunikáció határainak kijelölése során nem hagyható továbbá figyelmen kívül, hogy a tudományos eredmények sokszor nem véglegesek, és a tudományt a nyílt vita viszi előbbre. A véleményszabadságnak és a tudomány szabadságának egyaránt fontos kiindulópontja, hogy „[t]udományos igazság kérdésében az állam nem jogosult dönteni, tudományos kutatások értékelésére kizárólag a tudomány művelői jogosultak”.¹ Ez elsősorban azt jelenti, hogy a tudományos viták lezárása nem az állam kompetenciája. Nem jelenti ugyanakkor azt, hogy a tudomány megfelelő eljárásaiban megerősített állításokat a bíróságok vagy más állami szervek ne védhetnék meg az ezeknek ellentmondó állításokkal szemben. Az is nyilvánvaló, hogy a tudomány maga éppen a tudományos viták eredményeként folyamatosan fejlődik. A korábban bizonyítottnak vélt tudományos állítások újabb kutatások eredményeként megkérdőjelezhetők, és ebben a folyamatban az államnak ismét nincs lehetősége és joga állást foglalni. Tovább nehezíti a helyzetet, hogy a tudománynak vannak ugyan elismert intézményei és szervezetei, amelyek legitimálják a tudományos állításokat, de ezek az intézmények szintén nem élveznek kizárólagosságot a tudományos igazságok meghatározásában.

Elvileg semmi akadálya annak, hogy a tudományos intézményrendszeren kívülről kérdőjelezze meg valaki a már legitimált eredményeket, ráadásul akár olyan módszer alkalmazásával, amely korábban szintén ismeretlen volt, vagy az adott területen nem alkalmazták. A jelen tanulmány az orvostudományi és a kapcsolódó természettudományi kutatások és a véleményszabadság kapcsolatával foglalkozik, de ugyanezek a kérdések a társadalomtudományok területén még élesebben merülnek fel. A természettudományi eredmények jellemzően mérésekkel igazolhatók, ugyanez a társadalomtudományokra az esetek jelentős részében nem mondható el.

5.3. Professzionális vs. laikus kommunikáció

Az egészségügyi kommunikációért viselt felelősség eltérően alakul a szakemberek (orvosok, gyógyszerészek), illetve a laikusok esetében. A szakemberek közléseinek meggyőző ereje miatt az adott közlésnek egészen más a hallgatóságra gyakorolt hatása, mintha ugyanaz a közlés nem szakembertől származna. Az orvos és a beteg,

1 Alaptörvény, X. cikk (2) bekezdés.

illetve a gyógyszerész és a beteg közötti kommunikáció erősen aszimmetrikus, egyúttal bizalmi viszony (Lim & Jo 2009). E bizalmi viszony meghatározó eleme a beteg tájékoztatása, amit jogszabályok és etikai előírások egyaránt részletesen szabályoznak. A Magyar Orvosi Kamara Etikai Kódexe egyebek között rögzíti, hogy a tájékoztatás legyen a valóságnak megfelelő, tárgyilagos és őszinte.² A Magyar Gyógyszerészeti Kamara Etikai Kódexe szerint a gyógyszerésznek fokozott körültekintéssel kell válaszolnia minden olyan kérdésre, amely a gyógyszer, egyéb termék, valamint a betegség és a tünet szempontjából a beteg részéről felvetődik.³

Ugyanakkor a szakemberek médiában megjelenő közléseinek társadalmi hatása nagyobb, mivel a médián keresztül, illetve a nyilvánosság bármely fórumán keresztül közzétett információk egyszerre sok emberre gyakorolnak hatást. Az amerikai szólásszabadság-szakirodalom külön kategóriaként kezeli a „szakmai beszédet” (*professional speech*). Claudia E. Haupt szerint a szakmai beszéd „betekintést nyújt a szakemberen keresztül az ügyfél számára, egy szakmai-kliens kapcsolat keretében” (Haupt 2017: 159). Az amerikai bíróság a King v Governor of New Jersey ügyben megállapította, hogy a szakmai beszédet magasabb szintű vizsgálatnak vetik alá. A bíróság ugyanakkor kifejtette, hogy:

...a szakmai beszéd azért részesül az Első Alkotmánymódosítás értelmében csökkentett védelemben, mert az állam régóta rendelkezik azzal a hatáskörrel, hogy megvédje polgárait a nem hatékony vagy káros szakmai gyakorlattól.

Alkotmányos a véleményszabadság korlátozása, ha annak célja, hogy megvédje a polgárokat a káros és nem hatékony szakmai gyakorlatoktól. A beszélő státusa tehát az amerikai bíróság szerint megalapozza a véleménynyilvánítás szélesebb korlátozását.

6. Alkotmányos intézményvédelmi kötelezettség

Az európai alkotmányos gondolkodásban az egészségügyi kommunikáció szabályozásával kapcsolatban többszörösen is felmerül az állam alkotmányos intézményvédelmi kötelezettsége. Az alapvető jogokból nemcsak egyéni, szubjektív alapjogi igények vezethetők le, hanem az alapjog mögött meghúzódó „elvont érték, életviszony, szabadság” biztosításának állami kötelezettsége is. Az alapjogok úgynevezett objektív oldala alkotmányos intézményeket véd, az egyéni alapjogi igényektől független intézményvédelmi kötelezettséget ró az államra.

Az egészséghez való jog a magyar Alkotmánybíróság szerint „alkotmányos feladat, amelyet az állam központi szervei és [...] az önkormányzatok látnak el”. Ez az alkotmányos feladat magában foglalja az egészségügyi intézményrendszer fenntartásán túl annak a gazdasági és jogi környezetnek a kialakítását is,

...amely a legkedvezőbb feltételeket biztosítja a polgárok egészséges életmódjához, amely tehát az ember egészségének megőrzését szolgálja [...] preventív módon gondoskodik a megbetegedések megelőzéséről, olyan intézkedéseket is magában foglalva, amelyek potenciálisan alkalmasak lehetnek az egészséges életmód fenntartására.⁴

Az Alkotmánybíróság többször leszögezte, hogy az egészséghez való jog „kikényszeríthető alapjogként nem értelmezhető”, azaz konkrét, számon kérhető állami intézkedések nem következnek belőle. Az egészségügyi prevenció ugyanakkor a jelenlegi kommunikációs környezetben szükségszerűen magában foglalja az egészségügyi dezinformációval szembeni fellépést, valamint a hiteles egészségügyi tájékoztatás feltételeinek megteremtését.

² II.5.3. cikk.

³ 8. cikk.

⁴ 3374/2017. (XII. 22.) AB végzés.

Az alkotmányos intézményvédelmi kötelezettség a véleményszabadság esetében is terheli az államot. Az Európai Emberi Jogi Bíróság a véleményszabadságot a demokratikus társadalom „lényeges alapelveként”, „alappilléreként” határozza meg. A demokratikus társadalomban betöltött funkcióiból következően a véleményszabadság biztosítása „a közvélemény, mint alapvető politikai intézmény garantálását is jelenti”. A közvélemény tehát az az intézmény, amelynek biztosítására a véleményszabadság az államot kötelezi. Közvéleményen e koncepció szerint az a nyilvános szféra érthető, amelyben az egyes kérdésekkel kapcsolatos álláspontok megismerhetővé és összemérhetővé válnak. A közvélemény garantálása a megfelelő jogszabályi környezet létrehozásával valószínűsíthető. A közvélemény akkor demokratikus, ha „teljeskörű és tárgyilagos” tájékoztatás, illetve „teljeskörű, kiegyensúlyozott arányú és valósághű” tájékoztatás alapján jön létre.⁵ A véleményszabadság tehát a magyar Alkotmánybíróság értelmezésében magában foglalja a valós információkat megjelenítő nyilvános szféra feltételeinek kialakítását.

7. Az egészséghez való jog mint a véleményszabadság korlátja

Az Európai Emberi Jogi Bíróság az egészség védelmét számos döntésben tekintette a véleményszabadság-korlátozás legitím céljának. A *Vérités Santé Pratique SARL v. France* ügyben a korlátozást kifejezetten a betegeknek az a joga indokolta, hogy ne legyenek kitéve ellenőrizetlen orvosi információknak. A *Vérités Santé Pratique* című egészségügyi magazin olyan meg nem erősített orvosi információkat terjesztett, amelyek hiteltelenné tették a súlyos betegségben szenvedő betegek hagyományos kezelését. Emiatt a sajtónyilvánartást vezető hatóság megtagadta a lap különleges sajtótermékként való nyilvánartásba vételét. A különleges sajtótermékek meghatározott kedvezményekre jogosultak, beleértve a kedvezményes postaköltségeket és adókedvezményeket. A lap megjelenését és terjesztését ez a döntés nem akadályozta. Az EJEB szerint a hatóságok által a sajtószabadság korlátozásának indoklásául felhozott közegészségügyi okok helytállóak és elegendőek voltak.

Ebben az esetben a bíróság az egészségügyi kommunikációra vonatkozóan sajátos mércét állított fel, kimondva, hogy „bár semmi sem tiltja a sértő, sokkoló vagy zavaró információk terjesztését olyan területen, ahol nem valószínű, hogy bármilyen bizonyosság létezik, ez csak árnyaltan történhet.”⁶

Az „árnyalt mód” nem egy jól definiált mérce. Az azonban egyértelmű, hogy a bíróság ezzel az egészségügyi véleménynyilvánítás határait szűkebben határozza meg más véleménynyilvánításokhoz képest.

A dohánytermékek reklámozásának szabályozását vizsgálva az EJEB arra a következtetésre jutott, hogy

...alapvető közegészségügyi megfontolások, amelyek alapján Franciaországban és az Európai Unióban jogszabályokat hoztak, még bizonyos alapvető jogokkal, például a véleménynyilvánítás szabadságával szemben is érvényesülhetnek.⁷

Az „alapvető közegészségügyi megfontolás” (*fundamental considerations of public health*) fennállását abból a tényből vezette le a bíróság, hogy „európai konszenzus” (*European consensus*) volt a dohányreklámok szabályozásával kapcsolatban. Ebből következően az „európai konszenzus” akár valamely egészségügyi információ valóság tartalmának megítélésében is perdöntő lehet. Az „európai konszenzust” a konkrét ügyben az európai uniós szintű jogalkotás léte bizonyította, ami ilyen módon leveszi az EJEB válláról azt a terhet, hogy állást kelljen foglalnia tudományos igazságok kérdésében.

5 37/1992 (VI. 10.) AB határozat.

6 „...in a sphere in which it is unlikely that any certainty exists, this may only be done in a nuanced manner.”

7 *Société de conception de presse et d'édition et Ponson v. France* – 26935/05.

8. Az egészségügyi kérdésekről folyó nyilvános vita védelme

Ugyanakkor más döntéseiben az EJEB az egészségügyi kérdésekről folyó nyilvános vita jelentőségét is hangsúlyozza. A Hertel v. Switzerland ügyben megfogalmazott álláspontja szerint a nemzeti hatóságok mérlegelési jogkörét szűkíteni kell, „ha a tét (egy adott személy) részvétele a közérdeket érintő vitában, például a közegészségügy kapcsán”. A szabályozás tehát nem lehet olyan mértékben korlátozó, hogy azzal akadályozza az egészségügyi kérdések szabad megvitatását. A bíróság ebben a határozatban azt is állította, hogy még ha egészségügyi kommunikációról is van szó, „különösen ésszerűtlen lenne a véleménynyilvánítás szabadságát csak az általánosan elfogadott eszmékre (*generally accepted ideas*) korlátozni”.

A Mamère v. France ügyben az EJEB az egészségügyi vita sajátos aspektusát vizsgálta. Az ügy kérelmezőjét a francia bíróság bűnösnek találta rágalmozás vádjában, mivel a kérelmező egy televízióműsorban 1999-ben azt állította, hogy az illetékes hatóság vezetője a csernobili atomkatasztrófa idején nem megfelelően tájékoztatta a lakosságot, és ennek súlyos egészségügyi következményei lettek. A Bíróság szerint ez az ügy

...olyan eset volt, ahol a 10. cikk két okból is megköveteli a véleménynyilvánítás szabadságának magas szintű védelmét. Az első az, hogy a felperes megjegyzései közérdeklődésre számot tartó kérdéseket érintettek, nevezetesen a környezet és a közegészségügy védelmét.

A kérelmező kritikái másfelől

...egy rendkívül fontos nyilvános vita részét képezték, amely különösen arra összpontosított, hogy a hatóságok nem adtak elegendő tájékoztatást a lakosságnak a szennyezés szintjéről, amelynek a lakosság ki volt téve, és nem adtak elegendő tájékoztatást a szennyezés közegészségügyi következményeiről.

Az egészségügyet érintő állami intézkedések kritikája tehát az EJEB szerint kifejezetten erős védelmet élvez. A konkrét ügyben a francia bíróság a kérelmezőtől azt is megtagadta, hogy bizonyítsa állításai valóságtartalmát. Nem védi ugyanakkor az Emberi Jogi Bíróság a valótlan tényállításokat. Mivel az adott ügyben megfelelő dokumentumok alapján lett volna lehetőség a bizonyításra, ezért a bizonyítás elmaradása nem alapozhatja meg a kérelmező felelősségre vonását.

9. Összegzés

A pandémia kezelése az infokommunikációs környezet jellemzői miatt az infodémia jelenségére adott megfelelő szabályozási beavatkozásokat feltételez, aminek megkerülhetetlen eleme az alapjogi ütközések feloldása alapján az egészségügyi kommunikáció határait kijelölő alkotmányos elvek megfogalmazása. Az EJEB gyakorlata egyfelől megerősíti azt a feltevésünket, hogy az egészségügyi kommunikáció határai szűkebbek a vélemény-szabadság általános határainál, ugyanakkor elsősorban az állam egészségügyi intézkedéseivel kapcsolatban hangsúlyozza azt is, hogy e szűkebb határok az egészségügyi információkkal kapcsolatban sem zárhatják ki a nyilvános vitát. E két szempont közötti egyensúly megtalálásának nehézségét jól mutatja, hogy a bíróság maga is olyan bizonytalan mércéket alkalmaz, mint az „árnyalt mód” és az „európai konszenzus”. Általános érvényű mérce az esetjogból nem vezethető le, de a bíróság gyakorlata kiindulópontokat kínál az infodémia kezeléséhez a véleménynyilvánítás szabadsága, az egészséghez való jog és a tudomány szabadsága közötti alapjogi ütközések feloldására.

Irodalom

- Brennen, J. Scott, Felix Matthew Baum, David Lazer, Nicco Mele, Philip. N. Howard & Rasmus Kleis Nielsen (2020): Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>.
- Haupt, Claudia E. (2017): Professional speech and the content neutrality trap. 127 Yale Law Journal Forum, 150, pp. 150–172, <http://www.yale-lawjournal.org/forum/professional-speech-and-the-content-neutrality-trap>.
- King, Andy J. & Allison J. Lazard (2020): Advancing Visual Health Communication Research to Improve Infodemic Response. *Health Communication*, vol. 35, no. 14, pp. 1723–1728.
- Krekó Péter (2018): *Tömegparanoia*. Budapest: Athenaeum.
- Lazer, David, Matthew Baum, Nir Grinberg, Lisa Friedland, Kenneth Joseph, Will Hobbs & Carolina Mattsson (2017): *Combating fake news: An agenda for research and action*, <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/05/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research-1.pdf>.
- Nan, Xiaoli & Theresa Thompson (2020): Introduction to the Special Forum on “Public Health Communication in an Age of COVID-19”. *Health Communication*, vol. 35, no. 14, pp. 1705–1706.
- Noar, Seth M. & Lucinda Austin (2020): (Mis)communicating about COVID-19: Insights from Health and Crisis Communication. *Health Communication*, vol. 35, no. 14, pp. 1735–1739.
- OSCE [Organisation for Security and Co-operation in Europe] (2020): COVID-19: Governments must promote and protect access to and free flow of information during pandemic, <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=25729>.
- Sameer, Dhoju, Rony Md Main Uddin., Muhammad Ashad Kabir & Naemul Hassan (2019): *Differences in Health News from Reliable and Unreliable Media*. Paper presented at WWW '19: Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference, https://www.researchgate.net/publication/333071223_Differences_in_Health_News_from_Reliable_and_Unreliable_Media.
- UN DGC [The United Nations Department of Global Communications] (2020) UN tackles ‘infodemic’ of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis UN.org, <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-%E2%80%98infodemic%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19>.
- Viswanath, K., Edmund W. J. Lee & Ramya Pinnamaneni (2020): We Need the Lens of Equity in COVID-19 Communication. *Health Communication*, vol. 35, no. 14, pp. 1743–1746.
- WHO [World Health Organisation] (2020a): Munich Security Conference, <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>.
- WHO [World Health Organisation] (2020b): Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation – Joint statement by WHO, UN, UNICEF, UNDP, UNESCO, UNAIDS, ITU, UN Global Pulse, and IFRC, <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>.

Abstract in English

The constitutional framework for health communication

Covid-19 also triggered an ‘infodemic’ as the first pandemic of the social media era. Misinformation, disinformation and rumours threaten the management of the health crisis. After describing the infodemic phenomenon, this paper analyses the fundamental rights conflicts between the right to health, freedom of science, and freedom of expression.

Keywords: Covid-19, disinformation, freedom of science, freedom of opinion, infodemia, right to health

Polyák Gábor jogász, kommunikációs szakember. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kara Média- és Kommunikáció Tanszékének egyetemi docense, a Társadalomtudományi Kutatóközpont Jogtudományi Intézetének tudományos főmunkatársa. A Mérték Médiaelemző Műhely nevű civil szervezet vezetője. Korábban a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kara Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének vezetője volt. 2014 és 2016 között a münsteri Westfälische Wilhelms-Universität kutatójaként dolgozott. Azt megelőzően a Pécsi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Karának oktatója volt. 2020-ban elnyerte a Potsdami Egyetem Voltaire-díját a toleranciáért, a népek közötti megértésért és a különbségek tiszteletéért végzett munkája elismeréseként. Legutóbbi könyve: *Algoritmusk, keresők, közösségi oldalak és a jog – A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása* (Budapest: HVG-Orac, 2020). Email: polyak.gabor@btk.elte.hu

Nagy Krisztina a BME GTK Üzleti jog tanszékének adjunktusa, a Televele Médiapedagógiai Egyesület jelenlegi elnöke. Jogi diplomáját az ELTE-n, doktori fokozatát a Pécsi Tudományegyetemen szerezte. Egyetemi oktatóként médiajogot, valamint a nyilvános kommunikáció szabályozásához kapcsolódó tárgyakat oktat. Korábban az MTA Jogtudományi Intézetének munkatársaként az információs társadalom szabályozási kérdéseinek körében az internetes forgalomirányító szolgáltatások szabályozási témaköreit kutatta. A média szabályozási kérdései mellett médiaoktatással is foglalkozik, szűkebb kutatási területe a médiaműveltség fejlesztésének intézményesítése, szabályozása. Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „A pedagógusok médiaképe, sajtószabadsághoz való viszonya, valamint a médiaoktatás jelentősége és helye az oktatási rendszerben” (2017. ősz). Email: kriszta.fraunagi@gmail.com.

Ki mit költ?

Politikai hirdetési aktivitás a Facebookon a 2019-es európai parlamenti és az önkormányzati választási kampányokban

E tanulmány a 2019-es európai parlamenti és önkormányzati választási kampány kontextusában térképezi fel a Facebook politikai hirdetési szféráját a költségek megoszlása alapján. Arra fókuszál, hogy a hirdetési költségek miként oszlanak meg a kormánypártokkal szimpatizáló és az azokkal kritikus szereplők között. A „lopakodó média” (Kim et al. 2018) tézise jegyében azt is megvizsgálja, milyen típusú oldalak aktívak a Facebookon. Az eredmények szerint a hirdetési kiadások terén ellenzéki fölény volt megfigyelhető mindkét kampányban. A hirdetési piacot az intézményes politikai szereplők dominálták, de egyes erősen pártos médiatermékek szintén aktív szerepet játszottak. A beazonosíthatatlan vagy homályos háttérű szereplők marginálisak voltak – cáfolva ezzel a „lopakodó média” tézisé.¹

Kulcsszavak: közösségi média, lopakodó média, politikai hirdetések, politikai kommunikáció

1. Bevezetés: politikai hirdetőik és hirdetések a Facebookon

A Facebookon a követőkön túli választók elérésében kulcsszerepet játszanak a politikai hirdetések. A fizetett hirdetésekkel keresztül a bizonytalan és a kevésbé érdeklődő választók is láthatják a politikai üzeneteket, ráadásul oly módon, ahogyan azt a hirdető előzetesen meghatározza. Ezidáig csak anekdotikus ismeretekkel rendelkezünk a politikai szereplők hirdetési tevékenységéről, hiszen a Facebook egészen 2019-ig semmilyen információt nem tett elérhetővé a politikai hirdetésekről. Ekkor már Európában is bevezették a politikai hirdetéseket összegyűjtő és azok néhány alapinformációját a nyilvánossággal is megosztó, néhány hónappal korábban az Egyesült Államokban elindított Ad Libraryt, amelynek segítségével első ízben vált feltérképezhetővé a Facebook politikai hirdetési szférája.

Ebben a tanulmányban két általánosabb szempont mentén teszünk kísérletet a szféra feltérképezésére két magyarországi országos választás, a 2019-es Európai Parlamenti és a néhány hónappal későbbi önkormányzati választási kampány kapcsán. Első lépésben azt vizsgáljuk meg, hogy a kormányoldal és az ellenzék közötti erőviszonyok miként alakulnak a hirdetési szférában, amely kérdésnek külön hangsúlyt ad az offline politikai marketing terepén tapasztalható jelentős erőforrás-különbség (lásd Róka 2017). Ezt követően azt vizsgáljuk meg, hogy a Facebook hirdetési platformja „lopakodó médiának” (Kim et al. 2018) számít-e, azaz mennyiben dominálják a nem hagyományos politikai szereplők.

¹ E tanulmány a „Hálózatos lokalitás: A közösségi média helyi politikában játszott szerepének vizsgálata” (OTKA- 135189) kutatás támogatásával készült.

2. Politikai reklám a Facebookon

A Facebook hirdetési felületének vonzereje a hatalmas elérhető közönségben, az alacsony árakban, a gyors és rugalmas létrehozási lehetőségekben, és különösen a szofisztikált targetálási opciókban rejlik. Az oldalnak ma 7,13 millió magyar felhasználója van,² és kitüntetett szerepet tölt be a választók politikai tájékozódásában is (Polyák et al. 2019), így hirdetésekkel keresztül a társadalom jelentős része elérhető lehet. A Facebook-hirdetések viszonylag olcsónak számítanak, a termelési költség pedig különösen alacsony, hiszen bármilyen egyszerű szöveg vagy vizuális tartalom hirdethető lehet. Ráadásul a Facebook hirdetési platformja rendkívül költséghatékony, hiszen az árat a hirdetés által kiváltott, pontosan meghatározható elérés vagy kattintás határozza meg. Az árazás rendkívül rugalmas, mert a kívánt elérés- és kattintásszámok bármilyen mennyiségben előirányozhatóak, így minimális összeggel és sok millió forinttal is lehetséges hirdetési felületet vásárolni (Edelson et al. 2019). A rugalmas formátum miatt Facebook-hirdetést nagyon gyorsan létre lehet hozni, így alkalmas az aktuális eseményekre való gyors reagálásra is. A felület hirdetői szempontból legértékesebb eleme egyértelműen az egyedülállóan kiterjedt mikrotargetálási opció. A Facebook üzleti modellje azon alapul, hogy a felhasználók minden a platformon, sőt akár azon kívül végzett tevékenységét rögzíti, majd ezeket az információkat a hirdetők rendelkezésére bocsátja (van Dijck 2013), így a hirdetők több tízezer vonás alapján határozhatják meg a hirdetés célcsoportját, amelyet a hirdetők személyre szabott üzenetekkel vehetnek célba.

Miközben normatív szempontból számos kritika éri a rendszert (lásd Bayer 2020), politikai stratégiai szempontból európai kontextusban különösen vonzó a Facebook által biztosított mikrotargetálás. Az Egyesült Államokban sikeresen alkalmazott adatközpontú kampányolás lehetőségei a szigorúbb adatvédelmi szabályokat alkalmazó európai környezetben korlátozottabbak (Kruschinski & Haller 2017), a Facebook azonban kikaput kínál azzal, hogy a felhasznált adatokat nem a hirdetők kezelik. Ily módon a Facebookon úgy lehet szofisztikált mikrotargetálást alkalmazó kampányokat folytatni, hogy azzal a hirdetők nem sértik meg a szigorú adatvédelmi törvényeket (Dobber et al. 2019). A Facebook politikai hirdetési szférája ezidáig a politikai közösségimédia-kutatások „fekete dobozának” számított (Kim 2016), hiszen nem állt rendelkezésre nyilvánosan elérhető adat a hirdetési aktivitásokról. A 2019 óta Európában is elérhető Ad Librarynek köszönhetően azonban lehetőség nyílik a politikai hirdetési szféra feltérképezésére. Kutatásunkban ezért arra a kérdésre keresünk a választ, hogy a két vizsgált 2019-es választáson a hirdetési költségek miként oszlanak meg a különböző aktorok között.

2.1. Kormánypárti vagy ellenzéki fölény?

Az első kérdésünk (KK) arra fókuszál, hogy a Facebook mint politikai hirdetési platform milyen szerepet játszik a plebiszciter vezérdemokrácia (Körösi et al. 2020) erősen egyenlőtlen hirdetési környezetében. Számos kutatás mutatta meg ugyanis, hogy ebben a kontextusban az inkumbens sok előnnyel rendelkezik ellenzékével szemben. A kormánypártokkal erős összefonódásban egy rendkívül kiterjedt és erősen centralizált, a teljes közszoigálati médiakonglomerátumot is magában foglaló médiahálózat működik, amely a kormányzati szereplők üzeneteit nagyrészt kritika nélkül közvetíti a közönség felé (Bajomi-Lázár 2020, Körösi et al. 2020). Miközben az is igaz, hogy számos, a kormánnyal szemben kritikus médiatermék működik, különösen az online szférában (Kiss & Szabó 2019a), ezek gyakran kritikusak az ellenzéki szereplőkkel szemben is (Polyák 2019). Az ellenzéknek ráadásul jóval korlátozottabb a hozzáférése a közterületi hirdetési felületekhez (Róka 2017), amelyek pedig hagyományosan fontosak az európai (lásd Kaid 2012) és a hazai (Kiss & Szabó 2019b) politikai marketingben. Az anyagi erőforrások terén is előnyben vannak a kormánypártok, ráadásul az ellenzéki pártok pénzügyi helyzetét jelentős mértékben megingatta, hogy az elmúlt néhány évben az Állami Számvevőszék súlyos büntetéseket szabott ki

2 Flora Medve: Number of Facebook users in Hungary from 2018 to 2021, *Statista*, 2021. VI. 1. <https://www.statista.com/statistics/1029770/facebook-users-hungary/>.

több pártra is.³ A forráskülönbségeket tovább növeli, hogy a kormányzat az egyik legaktívabb szereplő a politikai hirdetési piacon: rendszeresen indít tévé-, rádió-, online- és közterületi plakátkampányokat, amelyekben a kormányzati intézkedéseket népszerűsíti és az ellenzéki szereplőket támadja (Bátorfy & Urbán 2019).

Az internetet gyakran tekintik ellenzéki vagy demokratizáló platformnak, amely hozzájárulhat a rendszert ellenző aktorok hátrányainak csökkentéséhez (Diamond 2010). Újabban azonban amellet is sokan érvelnek, hogy az erőforrás-előnyvel rendelkező inkumbensek ezeket a technológiákat is felhasználhatják dominanciájuk erősítésére (Rød & Weidmann 2015, Spaiser et al. 2017). A magyar helyzet kapcsán mindkét elmélet mellett szólnak érvek.

Egyfelől könnyen érvelhetünk amellet, hogy a Facebook hirdetési platformja az ellenzék számára jelent előnyt. A Facebook csökkentheti az ellenzéki szereplők offline kommunikációs környezetben érzékelhető hátrányát azáltal, hogy ehhez a platformhoz minden szereplőnek ugyanolyan hozzáférése van. Sőt a kormányoldal visszatérő vádjá éppen az, hogy a Facebook még kifejezetten elfogult is az ellenzéki és balliberális politikai aktorok iránt, és a hirdetési folyamat során aktívan akadályozza a kormánypárti hirdetések közzétételét.⁴ Továbbá – mivel a kormánypárti szereplők könnyebben hozzáférnek más költségesebb hirdetési felülethez – a Facebook számukra csak egy a számos elérhető promóciós csatorna közül, míg az ellenzéki szereplők az ezekhez való korlátozott hozzáférés miatt jóval inkább rá vannak utalva a közösségi médiára. Ezzel összhangban korábbi kutatások valóban azt találták, hogy az ellenzéki szereplők Magyarországon nagy jelentőséget tulajdonítanak a Facebooknak (Bene & Somodi 2018), és nagy számú választót tudnak elérni a platformon keresztül (Bene & Farkas 2018).

Másfelől a kormánypárti dominancia mellett is szólnak erős érvek. A Facebook politikai alkalmazási lehetőségei közül a hirdetési tevékenység az, ahol az elérhető erőforrások terén megnyilvánuló különbségek a leginkább számíthatnak. Mivel az inkumbens pártok számára több erőforrás áll rendelkezésre, mint az ellenzéki szereplőknek, okkal várhatjuk, hogy több pénzt is költenek a platformon. Fontos érv lehet az is, hogy a kormánypárti aktoroknak a politikai Facebook-szféra bizonyos területein tapasztalható relatív hátránya (Bene & Farkas 2018) ellensúlyozható lehet intenzív hirdetési kampányok segítségével. Összességében tehát mindkét forgatókönyv mellett szólnak érvek, ezért a kérdést hipotézis nélkül, nyitott kutatási kérdésként vizsgáljuk.

KK: Miként oszlanak meg a Facebook-hirdetésekre fordított kiadások a kormánypárti és ellenzéki szereplők között?

2.2. Lopakodó reklámok

Vizsgálatunk másik vonulata a hirdetési szférában aktív szereplők mibenlétére koncentrálna. Jogi szempontból a Facebookon zajló politikai hirdetési tevékenység jelentős részben szabályozatlan, így jogi szűrkezónának tekinthető, hiszen a legtöbb országban nem vonatkoznak rá az offline politikaimarketing-tevékenységet szabályozó törvények (Leerssen et al. 2019). Young Mie Kim és munkatársai (2018) amellet érvelnek, hogy ez a jogi kiskapu a nyilvánosság számára átláthatatlan működéssel és a mikrotargeting-lehetőségekkel együtt „lopakodó médiává” (*stealth media*) teszi a Facebook hirdetési platformját. Meghatározásuk szerint a lopakodó média lehetővé teszi, hogy rejtett identitású szereplők átláthatatlan módon célozzanak meg választói csoportokat különböző személyre szabott megosztó üzenetekkel. Márcio Silva és szerzőtársai (2020) szintén amellet érvelnek, hogy az ellenőrzés és az átláthatóság hiányában a Facebook hirdetési platformja kiválóan felhasználható be nem vallott kampánypénzek különböző oldalakon keresztüli átláthatatlan elköltésére.

3 Fábíán Tamás: Kiszámoltuk, mennyi pénz szedett be eddig az Állami Számvevőszék az ellenzéki pártoktól, *Index*, 2019. I. 31., https://index.hu/belfold/2019/01/31/allami_szamvevoszek_buntetes_birsag_tiltott_allami_tamogatas_ellenzeki_partok/.

4 Kárpáti András: Politikai szereplővé lép elő a cenzurázó Facebook, *Magyar Nemzet*, 2019. V. 16., <https://magyarnemzet.hu/belfold/politikai-szereplove-lep-elo-a-cenzurazo-facebook-6928829/>.

Kim és szerzőtársai (2018) a 2016-os amerikai elnökválasztási kampányban számos hirdetést összegyűjtöttek, és azt találták, hogy ezeknek mindössze 11 százalékát tette közzé regisztrált kampányszervezet, 42 százalékuk pedig gyanús háttérű, ismeretlen oldalaktól, így orosz háttérű oldalaktól, nem regisztrált politikai csoportoktól vagy éppen „megkérdőjelezhető” identitású híroldalaktól származott. Laura Edelson és munkatársai (2019) már a frissen létrehozott Ad Library-re tudtak támaszkodni a 2018-as amerikai kongresszusi választásokat vizsgálva, és bár a platform akkor még nem tette lehetővé a teljes politikai hirdetési szféra feltérképezését, eredményeik szerint a mintájukban található hirdetési kiadások 37 százaléka kötődött regisztrált politikai oldalakhoz, 45 százaléka pedig ismeretlen háttérű oldalak hirdetése volt. A Facebook hirdetési platformjának „lopakodó média” jellege talán még szembetűnőbb volt a 2018-as brazil választásokon, ahol Silva és munkatársai (2020) számos, NGO-k, médiatermékek és egyéb oldalak által közzétett hirdetést találtak annak ellenére, hogy a brazil törvények kizárólag a pártok és a politikusok számára teszik lehetővé választási kampány során a politikai hirdetési tevékenységet. A 2018-as magyarországi kampányban is számos tisztázatlan háttérű, sokszor frissen létrehozott és követőkkel alig rendelkező Facebook-oldal fizetett politikai hirdetése tűnt fel nagyszámú felhasználó oldalán (Bene & Farkas 2018).

Az elmúlt évek botrányait követően számos önszabályozó intézkedést vezetett be a Facebook, hogy hirdetési platformját átláthatóbbá és ellenőrizhetőbbé tegye. Az azonban nem világos, hogy ez mennyiben csökkentette a platform „lopakodó média” karakterét. Például azért, mert a politikai hirdetőknél ma már hitelesíteniük kell magukat a hirdetések közzététele előtt, ugyanakkor az is kiderült, hogy meglehetősen könnyű kijátszani ezt a rendszert (Leerssen et al. 2019, Edelson et al. 2019). Más intézkedések azonban talán hatékonyabban működnek. A cég például bevezette azt is, hogy a hirdetők csak a hitelesítés országában tehetnek közzé hirdetéseket. Még az európai pártok és intézmények is csak külön ideiglenes engedély segítségével voltak képesek páneurópai kampányra az EP-választások idején (Dobber et al. 2019). Ezenkívül annak pusztán ténye, hogy minden politikai hirdetést ma már regisztrálnak és nyilvánosan elérhetővé tesznek az Ad Libraryben, elrettentő hatású lehet a lopakodó kampányolás tekintetében.

A korábban tárgyalt kutatások a Facebook hirdetési platform „lopakodó média” karakteréről nagyrészt a fenti intézkedések előtt születtek. Európai kontextusban ráadásul még nem született vonatkozó kutatás, ahol a szigorú politikaimarketing- és adatvédelmi szabályozás talán még erősebb motivációt jelent az alulszabályozott és kevésbé átlátható hirdetési platform „lopakodó média” potenciáljának kiaknázására. Módszertani korlátként az is felvethető, hogy a vonatkozó kutatások adatok hiányában nem tudták a teljes hirdetési szférát figyelembe venni az elemzések során. E kutatásban e hiányosságokat pótlandó azt vizsgáljuk, hogy a hirdetési kiadások miként oszlanak meg a különböző oldaltípusok között a két vizsgált kampány során. A „lopakodó média” tézisével összhangban azt feltételezzük:

H1. A Facebook politikai hirdetési szféráját nem hagyományos politikai aktorok, így médiatermékek, NGO-k, nem hivatalos, de politikai témákkal foglalkozó oldalak dominálják a pártokkal és politikusokkal szemben.

3. Adatok és módszer

A Facebook 2019 márciusában tette elérhetővé az Ad Libraryt az európai országokban. A könyvtár tartalmaz minden „társadalmi kérdésekről, választásokról és politikáról”⁵ szóló hirdetést. A két kampány összes politikaiaként megjelölt hirdetését egy saját készítésű alkalmazás segítségével töltöttük le a könyvtárból. Mindkét kampány utolsó hónapjának hirdetéseit gyűjtöttük össze, így az EP-kampányban a 2019. április 26. és május 26. között (5433 hirdetés 1123 oldaltól), míg az önkormányzati kampányban a szeptember 13. és október 13. között

⁵ Facebook: Hogyan történik a társadalmi kérdésekről, választásokról vagy politikáról szóló hirdetések azonosítása a Facebookon? <https://www.facebook.com/help/180607332665293>.

(17984 hirdetés 2134 oldalról) közzétett tartalmak kerültek az adatbázisba. A hirdetések árát a Facebook intervallum-formában teszi közzé: a pontos összeg helyett egy alsó és egy felső határértéket ad meg a rendszer, a hirdetés valódi ára pedig e két érték közé esik. A pontos költséket ily módon lehetetlen meghatározni, de a határértékek alapján történő összehasonlítás lehetővé teszi a költési mintázatok összevetését. Ezért minden elemzést az alsó és a felső határértékre külön-külön is elvégzünk.

Mivel a kutatás elemzési egysége a hirdetéseket közzétevő Facebook-oldal, ezért a hirdetésszintű költési adatokat mindkét küszöbérték esetében az oldalak szintjén aggregáltuk. Ezt követően ezeket az oldalakat különböző szempontok alapján kategorizáltuk. Először is rögzítettük az oldal típusát. A következő kategóriák között tettünk különbséget: párt, politikus, kampányoldal, médiatermék, NGO/think tank/mozgalom, kormányzati szerv, egyéb (nem hivatalos) politikai FB-oldal, for-profit vállalat, egyéb személy (újságíró, celebritás, szakértő, véleményvezér) és egyéb/nem azonosítható. Ezt követően rögzítettük az oldal politikai beállítottságát is. Mivel a magyar politikai térben a legfontosabb politikai tömbképző szempont a kormány megítélése, ezért azt azonosítottuk, hogy az adott oldal formálisan vagy informálisan támogatja vagy ellenzi-e a kormányzatot. Ha ezek egyike se állapítható meg, akkor az oldalt politikailag neutrálisként kategorizáltuk. A kódolási döntéseinket elsődlegesen az oldal elnevezésére és a „névjegy” szekcióban rögzített leírására alapoztuk, de a kétes esetekben leellenőriztük az oldal által az adott kampányban közzétett posztokat és hirdetéseket is.

Mindkét kampányban két kódoló kategorizálta az adatokat. A kódolók közötti megbízhatóságot mérő Krippendorff's alpha értéke 100 poszt alapján az EP-kampány adatain az oldal típusára 0,98, a politikai beállítottságra pedig 0,90 lett, az önkormányzati kampánynál pedig 0,82 (oldaltípus) és 0,77 (politikai beállítottság) értékeket kaptunk. Mivel a Facebook elég tág politikadefinícióval dolgozik a hirdetések kategorizálása során (lásd a 4. lábjegyzetet), néhány oldal „tévesen”, politikai hirdetések közzététele nélkül került be az adatbázisunkba. Ezek általában profitorientált cégek olyan hirdetésekkel, amelyek azáltal kapcsolódnak társadalmi ügyekhez, hogy zöld vagy környezetvédelmi szempontok is megjelennek a hirdetésben. Mivel azonban ezek a „zöld” utaláson kívül nem kapcsolódnak a politikához, minden nem politikai oldalt külön megvizsgáltunk, és amelyek semmilyen expliciten politikai hirdetést nem tettek közzé, azokat eltávolítottuk az adatbázisból. Azokat az oldalakat is kivettük, amelyeket nem tudtunk kategorizálni amiatt, hogy az adatgyűjtéskor már nem volt elérhető az oldaluk, vagy megfejhetetlen identitással rendelkeztek. A végső adatbázisok az EP-kampány esetében 890 oldalból (4550 hirdetés), az önkormányzati kampány esetében pedig 1799 oldalból (17221 hirdetés) állnak.

4. Eredmények

Az elemzésben tehát két értéket közlünk minden számításnál: az első az alsó, a második pedig a felső küszöbértékeken alapul. A két érték könnyebb megkülönböztetése érdekében az alsó küszöbértékeken alapuló számításokat a 'v', a felső küszöbértékekre támaszkodó értékeket pedig a '^' szimbólummal jelöljük meg.

A kutatási kérdés megválaszolása és a hipotézis tesztelése előtt érdemes röviden szemügyre venni a politikai hirdetési tájkép egészét is. Az EP-kampány 31 napja alatt a 890 hirdető a 4550 hirdetésre összesen v159 és ^195 millió forint között költött. Az önkormányzati kampányban az 1799 hirdető a 17221 reklámanyagra v276 és ^367 millió forint közötti összeget fordított. Az EP-kampány alatt a hirdetések 53 százalékát 10 000 forintnál kevesebb összeggel futtatták, és a fizetett tartalmaknak csak a 9 százaléka került 100 000 forintnál többbe. Az önkormányzati kampányban a hirdetések 65 százaléka került 10 000 forintnál alacsonyabb összegbe, a tartalmak 18 százalékára ráadásul 1000 forintnál is kevesebbet költöttek a hirdetők, és a reklámanyagok mindössze 2 százalékára fordítottak 100 000 forintnál nagyobb összeget. Tehát az önkormányzati választások kampányában a hirdetők sokkal inkább kihasználták a mikro-összegű kampány lehetőségét. Bár eltérő mértékben, de mindkét kampányban nagyon centralizált volt a hirdetési szféra: az EP-kampányban a teljes hirdetési kiadás v75, illetve ^77 százaléka a tíz legnagyobb hirdetőhöz kötődik, míg az önkormányzati kampányban ezek az arányok v47, illetve ^50 százalék.

A kutatási kérdésre rátérve: az eredmények azt mutatják, hogy a legtöbb politikai hirdető oldal egyértelműen besorolható a kormánypárti–ellenzéki felosztásba (lásd az 1. táblázatot). Az EP-választásokon a hirdetési

kiadások $\sqrt{95}$, illetve $\wedge 94$ százaléka kötődött nyilvánvaló politikai szimpátiával rendelkező oldalakhoz, míg ez az arány az önkormányzati kampányban $\wedge 89$ százalék volt. Mindkét kampányt az ellenzéki költségek dominálják. Az EP-kampányban az ellenzéki oldalak $\sqrt{98}$ és $\wedge 118$ millió forint között költöttek, míg a kormánypárti oldalak csak $\sqrt{54}$ és $\wedge 64$ millió forint között vásároltak Facebook-hirdetéseket. Az önkormányzati kampányban az ellenzékkel szimpatizáló hirdetőik $\sqrt{163}$ és $\wedge 196$ millió forintot fordítottak a reklámra, míg a kormányoldalhoz húzó szereplők $\sqrt{83}$ és $\wedge 129$ millió forint között hirdettek. Ez azt jelenti, hogy az EP-kampányban az ellenzéki fölény csaknem kétszeres, de a helyi kampányban is eléggé jelentős. A különbségek azonban mérsékeltebbek, ha csak a hivatalos politikai oldalakat (pártok, politikusok, kampányoldalak) vesszük figyelembe. Az EP-kampányban még ekkor is $\sqrt{58}$, illetve $\wedge 57$ százalékos az ellenzéki többletköltség, de az önkormányzati kampányban már mindössze $\sqrt{41}$, illetve $\wedge 5$ százalék⁶ az előny. Az eredmények alapján tehát az első kutatási kérdésre az a válasz adható, hogy a Facebook hirdetési szférájában egyértelmű ellenzéki fölény érvényesül.

1. táblázat

Hirdetési költségek politikai oldalak szerint

	EP2019		Önk2019	
	alsó küszöb	felső küszöb	alsó küszöb	felső küszöb
kormánypárti	54 M	64 M	83 M	129 M
ellenzéki	98 M	118 M	163 M	196 M
neutrális	8 M	12 M	29 M	42 M

A „lopakodó média” hipotézisét a hirdetési kiadások oldaltípusok közötti eloszlása alapján vizsgáltuk (lásd a 2. táblázatot). Az EP-kampányban a hirdetési költségek $\sqrt{85}$, illetve $\wedge 82$ százaléka, míg az önkormányzati kampányban ezek $\sqrt{60}$, illetve $\wedge 63$ százaléka hivatalos politikai aktorokhoz, azaz pártokhoz és politikusokhoz kötődött. Ezek az összes hirdetés $\sqrt{78}$ (EP-kampány), illetve $\wedge 73$ százalékát (önkormányzati kampány) teszik ki. A kormányzati intézmények szintén nagy szeletet hasítanak ki a hirdetési tortából, de ezek $\sqrt{99}$ (EP-kampány), illetve $\wedge 98$ százaléka (önkormányzati kampány) európai politikai intézményekhez (Európai Parlament, Európai Bizottság, Európai Unió Tanácsa) kötődtek. Más hirdetési platformokkal ellentétben (lásd Bátorfy & Urbán 2019) a hazai kormányzati szervek nem vettek részt a Facebookon zajló hirdetési kampányban. A média azonban meglehetősen fontos szereplő volt, különösen az önkormányzati kampány során. Ugyanakkor a hipotézis szellemében fontos tény, hogy a hirdetéseket futtató médiaoldalak túlnyomó része hiteles impresszummal rendelkező mediatermék volt. Csak az önkormányzati kampány során találtunk néhány olyan politikai hirdetéseket közzétévő mediaterméket, amely azonosíthatatlan vagy hamisnak tűnő háttérrel rendelkezett, de az ilyen oldalak által közzétett hirdetések részaránya a teljes kampányban alig éri el a $\sqrt{0,1}$ százalékot. Hasonlóképpen, a nem hivatalos Facebook-oldalak által közzétett hirdetések szerepe is elhanyagolható: az EP-kampány során a hirdetési költségek kevesebb mint $\sqrt{0,1}$, míg az önkormányzati kampányban $\sqrt{1}$ százaléka kapcsolódott ilyen oldalakhoz. Az NGO-k, think tankek és mozgalmi oldalak az EP-kampányban voltak aktívabbak, ezek között a pártokhoz erősebben kötődő pártalapítványok és think tankek játszottak fontosabb szerepet.

⁶ Az alsó és felső küszöbérték közötti jelentős eltérés annak köszönhető, hogy a kormánypárti oldalaknak több olyan hirdetésük volt, amelyet nagyon nagy összeggel támogattak, ugyanakkor az alsó küszöbérték maximális értéke csak egy millió forint. Ilyen esetekben ezért nagyobb különbség jött létre a két küszöbérték között, mint az alacsonyabb értékű reklámoknál.

2. táblázat
A hirdetési kiadások megoszlása oldaltípusok szerint (kerekített értékek)

	EP2019		Önk2019	
	alsó küszöb	felső küszöb	alsó küszöb	felső küszöb
politikus	15 %	15 %	40 %	37 %
párt	70 %	67 %	20 %	26 %
kampányoldal	0 %	0 %	0 %	0 %
kormányzati intézmény	4 %	4 %	6 %	6 %
médium	6 %	6 %	30 %	26 %
NGO/think tank/mozgalom	3 %	4 %	1 %	1 %
nem politikus személy	3 %	3 %	0 %	0 %
nem hivatalos politikai oldal	0 %	0 %	1 %	1 %
for-profit cég	0 %	0 %	0 %	0 %
egyéb/nem azonosítható	0 %	0 %	0 %	0 %

Az adatokat érdemes politikai színezet alapján is kontextusba helyezni. Az EP-kampányban a kormánypárti hirdetési költségek 97 százaléka hivatalos politikai oldalaktól származott, a kormánypárti médiumok mindössze 2 százalékot, míg az ide köthető NGO-k csak 1 százalékot tettek ki. Az ellenzéki hirdetési kiadásoknak a 84, illetve 82 százaléka érkezett hivatalos politikai oldalaktól, 8, illetve 9 százaléka ellenzéki médiatermékekhez, míg 3, illetve 5 százaléka ellenzéki civil szereplőkhöz kötődött. Az önkormányzati kampányban mindkét oldalon nagyobb szeletet hasítanak ki a nem hivatalos politikai szereplőkhöz kötődő oldalak, de ismét nagyobb arányban találunk ilyeneket az ellenzéki oldalon. Ebben a kampányban a kormányoldali hirdetési kiadások 79, illetve 84 százaléka kötődik hivatalos politikai szereplőkhöz, a kormánypárti média részesedése 17, illetve 14 százalék, az NGO-k aránya nem éri el az 1 százalékot, a nem hivatalos politikai oldalak aránya viszont itt már 2 százalékos. Az ellenzéki oldalon a költségek 57 százaléka kapcsolódik hivatalos politikai szereplőkhöz, a kormánnyal kritikus médiához kötődik azonban a kiadások 41 százaléka, miközben NGO-k és egyéb nem hivatalos politikai oldalak részesedése mindössze 1-1 százalékos.

Mivel a médiatermékek ilyen fontos szerepet játszanak, különösen az önkormányzati kampányban, érdemes az ide kapcsolódó hirdetési aktivitást kicsit közelebbről is megvizsgálni. Mindkét kampányra igaz, hogy a médiahirdetések piacát a kormánykritikus média jelentős mértékben dominálta. Az EP-kampányban a kormánykritikus médiumok hétszer annyit költöttek, mint a kormánypárti orgánumok,⁷ míg az önkormányzati kampányban ötszörös volt a különbség. Mindkét kampányra igaz azonban, hogy e jelentős különbségekért egy vagy két olyan médiatermék a felelős, amely nagymértékben dominálta a teljes hirdetési szférát. Az EP-kampányban két egymással összefonódó, egyaránt a Jobbik pártalapítványa által tulajdonolt médium, az Alfahír és az N1TV volt a felelős a teljes médiaköltségek 69, illetve 65 százalékáért: együttesen 6,5 és 7,7 millió forint között költöttek reklámokra. Az EP-kampányt követő tíz hónapban egyik médium se tett közzé egyetlen hirdetést sem, és 2020 júniusáig is mindössze 270000 és 826000 forint között költöttek. Az önkormányzati kampányban egy néhány héttel a választások előtt indított, markánsan kormánykritikus blogcsalád, az ezalenyeg.hu, illetve ennek helyi kiadásai voltak felelősek az összes médiaköltség 77 százalékáért. Ráadásul mindössze 29 nap alatt költöttek el 63 és 75 millió forint közötti hirdetési összeget. Viszonyításképpen: ez az összeg több, mint amit a Fideszen kívüli pártok központi oldalai együttesen a két kampányra összesen elköltöttek. A választások után az egy központi és kilenc helyi kiadással hirdető blogcsalád négy hónapon keresztül egyetlen hirdetést sem tett közzé, és 2020 júniusáig is mindössze 2,3 és 2,9 millió forint között vásároltak hirdetési felületet. Ezek a megfigyelések azt sejtetik, hogy e médiatermékek a kampány során a hirdetéseikkel inkább

7 Bár itt fontos jelezni, hogy a kormánypárti médiumok panasza szerint a Facebook akadályozta is hirdetési tevékenységüket.

politikai, mint üzleti célokat követtek, hiszen az utóbbi esetben nem hagytak volna fel teljes mértékben a hirdetési aktivitással a választások után. Fontos azonban azt is hozzátenni, hogy mindkét médiacsoport átláthatóan működik a tulajdonosi szerkezet és a szerkesztőség tekintetében, tehát ebben az értelemben nem „lopakodó médiáról” beszélünk.

Összességében kijelenthető, hogy a Facebook hirdetési felülete a két vizsgált kampányban nem tekinthető „lopakodó médiának” mivel a legtöbb hirdetési költség hivatalos politikai oldalakhoz kötődik, és még az ezeken kívül álló hirdetéseket is nagyrészt azonosítható háttérrel rendelkező médiatermékek és NGO-k tették közzé. Ezért az eredményeink nem támogatják a lopakodómédia-hipotézist. A média kiemelt szerepe azonban fontos; különösen a kisszámú, hatalmas összegeket költő pártos médiatermékek érdemelnek említést.

5. Összegzés

Eredményeink tehát azt mutatják, hogy Magyarországon a Facebook politikai hirdetési szféráját jelentős mértékben dominálja az ellenzék, ami annak fényében mindenképpen meglepő, hogy számos elemzés szerint offline terepen ezzel éppen ellentétes a helyzet (Róka 2017, Bátorfy & Urbán 2019). Ennek oka nagy valószínűséggel abban kereshető, hogy a két politikai tábor eltérő marketingstratégiát alkalmaz. Ezt bizonyítandó a következő táblázat a pártok hivatalos teljes és politikai költségeit veti össze az adott pártok által a Facebookon hivatalos finanszírozóként elköltött összegekkel (lásd a 3. táblázatot). Itt látható, hogy míg a Facebookos költségek nagysága elhanyagolható hányadát tesz ki a Fidesz politikai kiadásainak (√4 % és ^6 %), az ellenzéki pártok a rendelkezésre álló forrásaik jelentősebb részét fordítják a legnagyobb közösségi oldalon való promóciós aktivitásra (√10 % és ^12 % összesen). Egyfelől ez amiatt lehet, mert a Facebook nyitott és egyenlő lehetőségeket biztosító platformját alkalmasnak találják az offline környezetben elszenvedett hátrányok ellensúlyozására. Másfelől azonban egy általánosabb megközelítésbeli különbség is szerepet játszhat. Korábbi kutatások már igazolták, hogy a baloldali és liberális ellenzék a Facebookot kiemelt kampányeszköznek tekinti (Bene & Somodi 2018), és az itt zajló kommunikáció számos dimenziójában jobb teljesítményt is nyújt, mint a kormánykoalíció (Bene & Farkas 2018). Ezzel szemben a Fidesz nagyobb hangsúlyt helyez az offline plakátkampányokra és a direktmarketing-eszközökre (Kiss & Szabó 2019b). Mindezek alapján úgy tűnik, hogy a Facebook Magyarországon inkább ellenzéki kampányeszköznek tekinthető, ahol az Orbán-rendszer ellenzéke nagyobb láthatóság elérésére képes, mint az offline kommunikációs szférát domináló kormánypártok.

3. táblázat

Pártok hivatalos költségeinek és Facebook költségeinek összevetése⁸

	teljes pártköltség 2019 ¹	költség politikai aktivitásra ¹	szponzorált hirdetések (alsó küszöb) ²	szponzorált hirdetések (felső küszöb) ²	FB-hirdetések aránya a politikai kiadásokon belül (alsó)	FB-hirdetések aránya a politikai kiadásokon belül (felső)
Fidesz	2375	1618	65	93	4 %	6 %
MSZP	690	538	14	16	3 %	3 %
DK	268	48	20	24	42 %	50 %
Jobbik	605	141	25	30	18 %	21 %
Momentum	172	134	29	35	22 %	26 %
LMP	236	110	12	14	11 %	13 %
P	124	95	10	12	11 %	13 %

8 Megjegyzések: 1) A teljes és politikai aktivitási kiadások adatai a pártok honlapjukon elérhető hivatalos évi pénzügyi kimutatásából származik. 2) Az összes olyan hirdetés, ahol az adott párt van a hirdetés kifizetőjeként megnevezve. Ez az érték tehát nemcsak a párt központi oldalán futtatott hirdetések árát jelöli, hanem azoknak a hirdetéseknek az ára is beleszámít, amelyeket politikusok vagy kampányoldalakon keresztül finanszírozott az adott párt. Az adatok az Ad Libraryből származnak.

Az eredményekből az is kiderült, hogy a Facebook a tengerentúli tapasztalatokkal ellentétben a 2019-es magyarországi kampányokban nem számít „lopakodó médiának”, a nem hivatalos politikai szereplők nem játszottak kiemelt szerepet a hirdetési szférában, a tisztázatlan háttérű szereplők pedig marginálisak maradtak. Ez talán a Facebook által életbe léptetett önszabályozó intézkedésnek köszönhető, az azonban nem világos, hogy pontosan mely lépéseknek köszönhető ez az állapot. A hivatalos politikai szereplők mellett a hírmédia aktív szereplőnek számít a hirdetési szférában, ám az is fontos, hogy ez elsősorban egy-egy ellenzéki médium-családnak köszönhető, amelyek hatalmas összegeket költöttek az egyes kampányokban.

Irodalom

Bajomi-Lázár Péter (2020): *A patrónusi-kliensi médiarendszer: Magyarország 2010–2018*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Bátorfy Attila & Urbán Ágnes (2020): State Advertising as an Instrument of Transformation of the Media Market in Hungary. *East European Politics*, vol. 36, no. 1, pp. 44–65.

Bayer Judit (2020): Double harm to voters: data-driven micro-targeting and democratic public discourse. *Internet Policy Review*, vol. 9, no. 1.

Bene Márton & Farkas Xénia (2018): Kövess, Reagálj, Oszd Meg! A közösségi média a 2018-as országgyűlési választási kampányban. In: Böcskei Balázs & Szabó Andrea (szerk.): *Várakozások és Valóságok. Parlamenti Választás 2018*, 410–437. o. Budapest: Napvilág Kiadó & MTA TK PTI.

Bene Márton & Somodi Dániel (2018): „Mintha lenne saját médiánk...” A kis pártok és a közösségi média. *Médiakutató*, 19. évf. 2. sz. 7–20. o.

Diamond, Larry (2010): Liberation Technology. *Journal of Democracy*, vol. 21, no. 3, pp. 69–83.

Dijck, Jose van (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.

Dobber, Tom, Ronan Ó Fathaigh & Frederik Zuiderveen Borgesius (2019): The regulation of online political micro-targeting in Europe. *Internet Policy Review*, vol. 8, no. 4.

Edelson, Laura, Shikhar Sakhuja, Ratan Dey & Damon McCoy (2019): An Analysis of United States Online Political Advertising Transparency. *ArXiv:1902.04385 [Cs]*, February, <http://arxiv.org/abs/1902.04385>.

Kaid, Lynda Lee (2012): Political Advertising as Political Marketing: A Retro-Forward Perspective. *Journal of Political Marketing*, vol. 11, no. 1–2, pp. 29–53.

Kim, Young Mie (2016): Algorithmic Opportunity: Digital Advertising and Inequality in Political Involvement. *The Forum*, vol. 14, no. 4, pp. 471–84.

Kim, Young Mie, Jordan Hsu, David Neiman, Colin Kou, Levi Bankston, Soo Yun Kim, Richard Heinrich, Robyn Baragwanath & Garvesh Raskutti (2018): The Stealth Media? Groups and Targets behind Divisive Issue Campaigns on Facebook. *Political Communication*, vol. 35, no. 4, pp. 515–41.

Kiss Balázs & Szabó Gabriella (2019a): A médiafőlényről. *Politikatudományi Szemle*, 28. évf. 4. sz. 65-86 o.

Kiss Balázs & Szabó Gabriella (2019b): Hungary. In: Otto Eibl & Miloš Gregor (eds.) *Thirty Years of Political Campaigning in Central and Eastern Europe*, pp. 115–30. London: Palgrave Macmillan.

Körösényi András, Illés Gábor & Gyulai Attila (2020): *Az Orbán-rezsim – A plebiszciter vezérdemokrácia elmélete és gyakorlata*. Budapest: Osiris & TK PTI.

Kruschinski, Simon, & André Haller (2017): Restrictions on Data-Driven Political Micro-Targeting in Germany. *Internet Policy Review*, vol. 6, no. 4.

Leerssen, Paddy, Jef Ausloos, Brahim Zarouali, Natali Helberger, & Claes H. de Vreese (2019): Platform Ad Archives: Promises and Pitfalls. *Internet Policy Review*, vol. 8. no. 4.

Polyák Gábor (2019): Media in Hungary: Three Pillars of an Illiberal Democracy. In: Eva Połońska & Charlie Beckett (eds.): *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*, pp. 279–303. Cham: Palgrave Macmillan.

Polyák Gábor, Szávai Petra & Urbán Ágnes (2019): A politikai tájékozódás mintázatai. *Médiakutató*, 20. évf. 3. sz. 63–80 o.

Rød, Espen Geelmuyden & Nils B. Weidmann (2015): Empowering activists or autocrats? The Internet in authoritarian regimes. *Journal of Peace Research*, vol. 52, no. 3, pp. 338–351.

Róka Jolán (2017): Does Political Advertising Still Have an Impact on the Outcome of Election Campaigns? Political Advertising in Hungary. In: Christina Holtz-Bacha & Marion R. Just (eds.): *Routledge Handbook of Political Advertising*, pp. 139–51. New York: Routledge.

Silva, Márcio, Lucas Santos de Oliveira, Athanasios Andreou, Pedro Olmo Vaz de Melo, Oana Goga, & Fabrício Benevenuto (2020): Facebook Ads Monitor: An Independent Auditing System for Political Ads on Facebook. *ArXiv:2001.10581 [Cs]*, January, <http://arxiv.org/abs/2001.10581>.

Spaiser, Viktoria, Thomas Chadeaux, Karsten Donnay, Fabian Russmann & Dirk Helbing (2017): Communication Power Struggles on Social Media: A Case Study of the 2011–12 Russian Protests. *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 14, no. 2, pp. 132–153.

Abstract in English

Who spends how much? Political advertising in the 2019 European parliamentary and domestic municipal election campaigns in Hungary

This study looks into Facebook's political advertising sphere in the contexts of the 2019 European Parliamentary and the municipal election campaigns in Hungary. It focuses on the distribution of advertising expenditure between pro-government and oppositional actors, and in light of the 'stealth media' thesis (Kim et al., 2018) it also investigates the question of what type of Facebook pages are active in this advertising platform. Its findings show that there was an opposition dominance in terms of advertising expenditure in both campaigns. Also, the advertising sphere was largely dominated by official political actors, but a few highly partisan media outlets also played an important role. Pages with unidentifiable background, however, were marginal in this sphere, refuting the 'stealth media' hypothesis.

Keywords: political advertising, political communication, social media, stealth media

Bene Márton (PhD) politológus, szociológus, a Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézetének tudományos főmunkatársa és az ELTE ÁJK egyetemi adjunktusa. Kutatásaiban politikai kommunikációval, a közösségi média politikai hatásaival, illetve politikai viselkedéssel foglalkozik, az egyetemen pedig kutatómódszertant tanít. Email: bene.marton@tk.hu

Petrekanics Márton (BA) politológus. Tanulmányait a Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományok szakán végezte.

Bene Mátyás (MA), mérnök-informatikus, a Pécsi Tudományegyetem 3D központ kutatója, a PTE Általános Orvostudományi Kar Interdiszciplináris Orvostudományok Doktori Iskola hallgatója.

Szabó Lilla Petronella – Béni Alexandra

Vírusháború

A Covid19 járvány metaforikus ábrázolása a magyar hírportálokon

A Covid19 világjárvány új kihívás elé állította a médiát: olyan fogalmakról kellett a lakosságot tájékoztatni, mint a koronavírus terjedése, az otthonmaradás vagy a közösségi távolságtartás. Kutatásunk kérdése az, hogy miként kommunikáltak a vezető magyarországi hírportálok (a 24.hu, az index.hu és az origo.hu) a koronavírusról és a terjedése elleni intézkedésekről a járvány első és második hulláma alatt. Ennek megállapítására diskurzusalapú metaforaazonosítási módszerrel vizsgáltuk meg, milyen metaforákon keresztül fogalmazták meg a híroldalak a vírussal kapcsolatos cikkeiket. A metaforák jelentősége abban rejlik, hogy a nyelvhasználat elemzésén keresztül betekintést nyerhetünk a beszélők gondolkodásába is, így képet kaphatunk arról, milyen fogalmi keretek között ábrázolták az online médiumok a vírust és a vírusellenes védekezést. Eredményeink a nemzetközi trenddel összhangban azt mutatják, hogy a háború metaforája volt a domináns: eszerint a vírus ellenség, amely ellen harcolni kell. A háborús retorika mellett a koronavírus terjedése az „árvíz” képében, Magyarország pedig mint „gép” jelent meg a vizsgált szövegekben.

Kulcsszavak: árvíz metafora, Covid19, diskurzusalapú metaforaazonosítás, fogalmi metafora, gép metafora, háborús retorika, hírportál, koronavírus

Bevezetés: Egy háborús metafora

Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában azt nyilatkozta a 2019-ben kirobbant koronavírus-járványról, hogy az „egy háborús helyzet”.¹ Miért lehet hatékony eszköz egy rádiós interjúban háborúként hivatkozni egy világjárványra? Amikor a háború képeit idézzük magunk elé, sok emberben a frontvonalak szörnyűségei, összedőlt épületek és sebesült katonák képe jelenhet meg. Azzal, hogy a politikai élet szereplői a Covid19 járványra háborúként utalnak, éppen ezeket a nyomasztó képeket idézhetik elő a közönségben. Átvitt értelemben – jelen esetben metaforikusan – a háború fogalmkészletét felhasználva azt az érzetet keltik a befogadóban, hogy a koronavírus fenyegetése hasonló egy csatateren velük szemben álló ellenségével. Több kutatás kitért már arra, hogy a Covid19-járvány kapcsán gyakori a háborús metafora alkalmazása (Szabó 2020, Semino 2021, Wicke & Bolognesi 2020, 2021). A magyar politikai kontextust tekintve is megfigyelhető, hogy a miniszterelnök szintén elsősorban a háború fogalmaira támaszkodott: a kórházakra „frontvonalként”, a koronavírusra „ellenségként”, míg a vírusellenes intézkedésekre „csataként” utalt nyilvános szereplései során (Szabó 2020). A konfliktusra épülő háborús nyelvezet nem szokatlan a miniszterelnöki kommunikációban: az orbáni populista narratíva (Körösenyi et al. 2020) egyik kulcseleme, hogy a vezető és a nép együtt harcol a magyarok érdekeiért (Bene & Boda 2021: 93).

Kutatásunk feltételezése szerint a magyar médiában szintén a háborús metafora volt a domináns a koronavírus-járvány ábrázolása során. A feltevést egyfelől a nemzetközi kommunikációs trendekre (Wicke & Bolognesi 2020, 2021, Semino 2021), másfelől a magyar miniszterelnök retorikájára alapoztuk, aki a Covid19 idején a járvánnyal

1 Miniszterelnök.hu: Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában, 2020. III. 27., <https://miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-13/>.

kapcsolatos információk fő forrása volt, például a Facebook-oldalán és a Kossuth Rádióon futó „Jó reggelt, Magyarország” műsoron keresztül (Merkovity et al. 2021). Vizsgálódásunk továbbá kitért a további, a koronavírust és annak kezelését ábrázoló metafora felfedésére is.

E dolgozatban a diskurzusalapú metaforaazonosítási módszerre (*discourse dynamics approach*, lásd Cameron et al. 2009, 2010) alapozva határoztuk meg, milyen, a kognitív nyelvészet által fogalmi metaforaként ismert fogalmi megfelelések segítségével tudósított a magyar média a koronavírus-járványról.

A vizsgálat korpuszát három vezető magyar hírportál (a 24.hu, az index.hu és az origo.hu) koronavírus-járványról szóló belföldi tudósítása jelentette. Az elemzés során 300 olyan cikket vizsgáltunk, amelyet a pandémia két időszakából gyűjtöttünk. Az első időszak 2020. március 4-étől, vagyis a vírus hazai kirobbanásától 2020. június 18-áig, azaz az itthoni vészhelyzet megszűnéséig terjedt. A második időegységet a 2020. szeptember 1-jétől, azaz a határok újbóli lezárásától 2020. december 26-áig, azaz az első vakcinaszállítmány megérkezéséig terjedő időtartam jelentette.

Az eredményeink arra utalnak, hogy a magyar online média szintén a háborúra támaszkodott a koronavírus-járvány körüli diskurzus metaforikus nyelvi kifejezéseket használatát illetően, ugyanakkor más metaforikus ábrázolásmódokat is azonosítottunk. Ilyenek például a Magyarországot „gépként” ábrázoló kifejezések („A kormány célja, hogy az ország működőképességét megtartsuk”²), illetve a megszemélyesítések, amelyek emberi tulajdonságokkal ruházzák fel a személyként értelmezett (nem emberi) entitásokat (Kövecses 2005). A megszemélyesítést példázza a „Győr kiheveri a fertőzést szövődmények, esetleg maradandó károsodás nélkül?”³ kérdés, amely a várost olyan személyként értelmezi, akinek „ki kell hevernie” a fertőzést.

E dolgozat előbb a fogalmi metaforákba enged betekintést, majd a betegségekhez köthető metaforikus kifejezéseket tárgyalja, ezután a korpuszt és módszertant ismerteti részletesen, végül az eredményeket tárgyalja.

A fogalmi metaforák

Mit tanulhatunk a koronavírus-járványhoz köthető metaforák feltérképezéséből? A kognitív nyelvészet fogalmi metaforaelmélete szerint a fogalmi metaforák betekintést nyújthatnak abba, hogy miképp gondolkodunk elvont fogalmakról, azáltal, hogy konkrétabb fogalmak szókészletének segítségével beszélünk róluk (Lakoff & Johnson 1980/2003). Ezt példázzák olyan, a nyelvben gyakran előforduló kifejezések, mint *messzire jut az életben*, vagy *jó útra tért*, amelyek az ÉLET UTAZÁS⁴ fogalmi metaforát hívják elő (Kövecses 2005, Kövecses & Benczes 2010). Ennek értelmében az élet viszonylag absztrakt fogalmát (az úgynevezett „céltartományt”) próbáljuk megragadni az utazás viszonylag konkrétabb fogalomrendszerével (az úgynevezett „forrástartománnyal”): az út maga az élet (amelyben például messzire lehet jutni), az utazók pedig az emberek (Kövecses 2005, Kövecses & Benczes 2010). Az egyes forrástartományok kiválasztásakor fontos szempont, hogy azok a céltartományok egyes tulajdonságait jobban előtérbe helyezik, szemben más jellemzőkkel (Lakoff & Johnson 1980/2003). A vírushoz köthető metaforák esetében ez abban nyilvánul meg, hogy a háborús metaforák a vírus elpusztításának fontosságát hangsúlyozzák, ugyanakkor a vírushelyzethez való alkalmazkodás nem jelenik meg a háborús metaforákon keresztül (Semino 2021: 51). Összességében tehát a forrástartományok megválasztásának jelentősége van a tekintetben, hogy a céltartomány mely elemeit hangsúlyozzuk a kommunikációban.

2 Origo: Csütörtöki adatok: 950 koronavírusos beteget azonosítottak az elmúlt 24 órában Magyarországon, origo.hu, 2021. X. 15., https://www.origo.hu/itthon/2021015--950-koronavirusos-beteget-azonositottak-az-elmult-24-oraban-m.html?utm_source=fb_origo&utm_medium=whatever&utm_campaign=itthon.

3 Hercsel Adél: Győr új polgármestere az Indexnek: Borkairól, csontvázakról, sunnyogásról és fociról, index.hu, 2020. IX. 16., https://index.hu/belfold/2020/09/16/dezsi_csaba_andras_gyor_polgermester/.

4 A fogalmi metaforákat a kognitív nyelvészet hagyományainak megfelelően kiskapitálissal jelöltük (Kövecses 2005).

Betegségek és metaforák

A betegségeket övező metaforikus nyelvhasználat egyik programadó műve Susan Sontag 1978-ban megjelent *Illness as Metaphor* című munkája. Sontag ebben a tuberkulózissal és a rákbetegséggel kapcsolatos metaforákat térképezte fel, főképp a nyugati irodalomra támaszkodva. A háború metaforái már ebben a műben is megjelentek: Sontag szerint a rákbetegség ellen nemcsak az érintettek vívtak háborút, hanem az egész társadalom. Miért beszélünk metaforákon keresztül a betegségekről? Az olyan betegségek, mint az AIDS, a különféle mentális betegségek és a rákbetegség általában a fogalmi tartományok elvontabb kategóriájába sorolhatók, így könnyebben megragadhatók a fogalmi metaforákon keresztül (Benczes & Burridge 2018).

A betegségek metaforikus reprezentációjának kutatása feltérképezte, milyen metaforákkal írjuk le a különböző betegségeket, és e metaforák milyen hatással vannak magukra a páciensekre és tágabb értelemben az egész társadalomra (Demjén & Semino 2016, Benczes & Burridge 2018). A kognitív nyelvészeti kutatások eddig a rákbetegséggel kapcsolatos fogalmi metaforákat tárták fel a legbelsőbben. A főként angol nyelvű beszélőktől nyert korpuszok azt mutatták, hogy az egyik gyakori fogalmi tartomány, amelyen keresztül a rákbetegséget értelmezzük, a HÁBORÚ forrástartomány (Semino et al. 2016, 2017). (A magyar nyelvben is léteznek olyan kifejezések, mint *megküzdeni a rákkal*, *harcot vívni a rák ellen* és *legyőzni a rákot*.) A kutatók beszámolója szerint ezek a metaforák a megkérdozett rákbetegek egy része számára frusztrációt, kellemetlenséget okoznak, mivel nyomást helyeznek rájuk: ha nem „küzdnek” elég elszántan, akkor „legyőzi” őket a betegség, azaz a felelősség teljes mértékben a páciensekre hárul (Semino et al. 2016, 2017).

A betegségek és a háborús nyelvezet eddigi szoros kapcsolatát tekintve tehát nem váratlan, hogy a Covid19-járvány kapcsán is a háborús retorika került előtérbe (Semino 2021). Ugyanakkor míg a rákbetegség nyelvészeti vizsgálatát illetően az egyén csatáit vizsgálta főképp a nyelvészet, vagyis azt, hogy miképpen „küzd meg” valaki a rákkal, a koronavírus-járvány tekintetében az egész társadalom harca volt hangsúlyos a vírussal szemben, olyan „fegyverek” segítségével, mint a fertőzés terjedését megelőző szociális távolságtartás vagy az otthonmaradás. Ezt támasztják alá Phillip Wicke és Marianna M. Bolognesi (2020, 2021) vizsgálatai is, amelyek amerikai-angol beszélők Twitter platformon megosztott posztjait vizsgálták. A 75 000 (Wicke & Bolognesi 2020) és 950 000 (Wicke & Bolognesi 2021) tweet elemzésére vállalkozó kutatások kimutatták a háborús metaforák gyakori előfordulását a felhasználók részéről is.

Anyag és módszer

A kutatás során arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a vezető magyar hírportálok (a 24.hu, az index.hu és az origo.hu)⁵ mennyiben alkalmazták a háborús retorikát a Covid19-járvány tudósítása során, illetve feltűntek-e más, a koronavírusra utaló metaforák. A szakirodalom alapján azt feltételeztük, hogy a magyar hírportálok szintén a háború fogalomkészletével ábrázolták a koronavírust és a járvánnyal kapcsolatos intézkedéseket.

A kutatás korpuszát a koronavírust tárgyaló cikkek két időszaka adta: a 2020. március 4-étől, a vírus kirobbanásától 2020. június 18-áig, a vészhelyzet megszűnéséig terjedő időszak, illetve a 2020. szeptember 1-jétől, a határok újbóli lezárásától 2020. december 26-áig, az első vakcinaszállítmány megérkezéséig terjedő időszak. Az első elemzett időszak egybeesik a vírus úgynevezett „első hullámával”, míg a második időszak jelöli a „második hullám” terjedését.

A mintavétel során a SentiOne szoftver segítségével a *koronavírus*, *járvány*, *koronavírus-járvány*, *Covid19*, *koronavírus-válság* és *koronavírus-fertőzés* kulcsszavakra rákeresve 19 388 cikkből álló kezdeti mintával dolgoztunk. Második lépésben megtisztítottuk a korpuszt: a találatokat leszűkítettük a *Belföld* és az *Itthon* rovatokra, és töröltük az MTI-forrásra épülő cikkeket (mivel azok többnyire egyező szöveget közölnek). Végző lépésben véletlenszerű mintavételt alkalmaztunk, ezáltal kiválasztva az elemzés korpuszát adó 300 cikket, amely 50 cikket jelentett mindhárom hírportálról (24.hu, index.hu, origo.hu), mindkét időszakra vonatkozóan.

5 Digitális Közönségmérési Tanács: Toplisták, Dkt.hu, 2021. III. 12., <https://dkt.hu/>.

Az elemzés során a diskurzusalapú metaforaazonosítási módszert alkalmaztuk (Cameron et al. 2009, 2010), amely a nyelvhasználat alapján enged következtetni a szövegben található fogalmi metaforákra. A korpusz cikkeiben nem előre meghatározott metaforákat kerestünk, hanem a szövegeket figyelembe véve azonosítottuk az azokban található metaforikus kifejezéseket (tehát „alulról felfelé”, a szövegtől a metaforák irányába vizsgálódtunk, lásd még Krennmayr 2013).

A módszertan első lépését követve detektáltuk a szövegekben metaforikusan használt szavakat és kifejezéseket, majd a hasonló jelentéssel rendelkező találatokat csoportokba soroltuk. A módszertan célja, hogy az egyedi esetekből kiindulva haladjunk az általános törvényszerűségek felé, tehát induktív módon utolsó lépésként határoztuk meg az összefoglaló kategóriákat. Például a „két fronton is harcol a járvány ellen”⁶ részletből a *front* első lépésben a konkrétabb *hadszínter* csoportba került, míg a „vannak fegyvereink ebben a harcban”⁷ megfogalmazást a *harc* csoport alá soroltuk, ám a kategorizáció végén mindkét esetet az általánosabb *háború* címke alá csoportosítottuk. A módszer előnye, hogy a kutatót nem horgonyozzák le előre meghatározott kategóriák, hanem a rendelkezésre álló adatok alapján határozza meg azokat, tükrözve az elemzési egységekben előforduló összes metaforát.

Eredmények

Az elemzés során 256 metaforikus kifejezést azonosítottunk; ezek forrástartomány szerinti eloszlását az 1. ábra mutatja be. A metaforikus kifejezések majdnem fele (43,8 %) a háború fogalmához köthető. Ezt követik az árvíz/áradat (18,8 %), illetve a közel hasonló eloszlású megszemélyesítés és a gép(ezet)/jármű (10,2 %) kategóriái. Az egyéb csoportosítás alá olyan kis elemszámú metaforikus kifejezések kerültek, amelyek egyrészt a négy nagy fogalom egyikébe sem illettek, másrészt nagyon elaprózták volna az összképet, ha külön kategóriaként szerepelnek. Bár hatásuk és véleményformáló erejük a kis elemszám következtében korlátozott, a kategória elemei (például: „ez a vírus valóban olyan, mint az orosz rulett”⁸ és „nyugodtan beleülhetne egy kád koronavírusba, akkor sem fertőződne meg”⁹) kreatív kommunikációról tanúskodnak.

1. ábra

A koronavírus-járvány metaforáinak eloszlása a vezető magyar hírportálokon



6 Molnár Réka: Zacher: mindegy, hogy van-e egy idősotthonban orvos, ha bejut a vírus, úgyis végigmegy, index.hu, 2020. V. 14., https://index.hu/belfold/2020/05/14/zacher_idosotthon_interju_koronavirus/.

7 Origo: Mikor lehet vége a koronavírus-járványnak, hol tartanak a kutatások? origo.hu, 2020. X. 8., <https://www.origo.hu/itthon/20201008-m5-ez-itt-a-kerdes-oktober-7.html>.

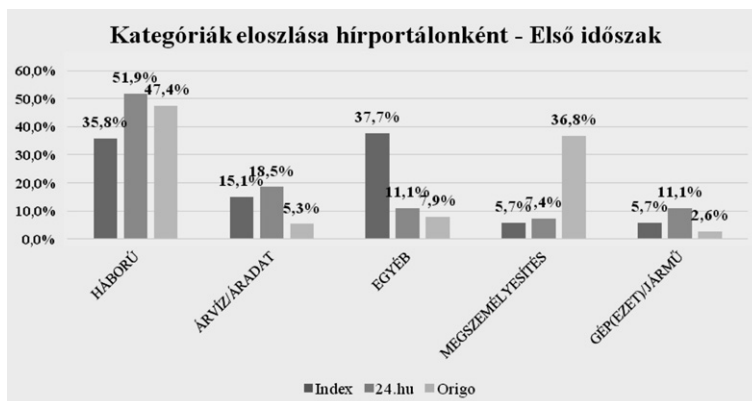
8 Kun J. Viktória: Koronavírus: Mit tegyünk, ha szorongunk vagy pánikolunk? 24.hu, 2020. III. 16., <https://24.hu/belfold/2020/03/16/koronavirus-panik-szorongas-szocialpszichologus-terapeuta-felelem-veszelyhelyzet/>.

9 ⁹ Index: 85 új fertőzött, újabb 8 ember meghalt – élőben az operatív törzs tájékoztatója, index.hu, 2020. IV. 9., https://index.hu/belfold/2020/04/09/operativ_torzs_tajekoztato_ujabb_8_halott_85_fertozott/.

Ami a két vizsgált időszakot illeti, az eredmények nem mutatnak jelentős eltérést. Az első időszakot bemutató 2. ábrán is látható, hogy a háborús nyelvezet a legnagyobb arányban a 24.hu tájékoztatását jellemezte, míg a második időszakban az origo.hu használta a legnagyobb arányban az ebbe a kategóriába sorolható metaforikus megfeleléseket. Az eredmények alapján az index.hu változatosabb palettából dolgozott: ezt mutatja az egyéb ernyő alá sorolt, kis elemszámú találatok magas aránya az első időszakban és az árvíz/áradat arányának növekedése a második időszakban.

2. ábra

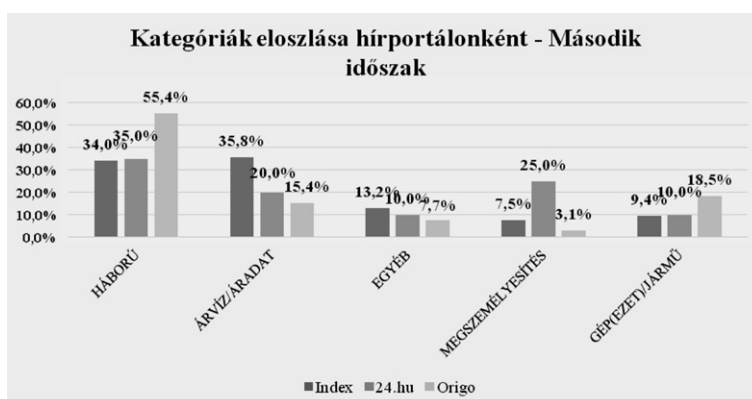
A koronavírus-járvány metaforáinak eloszlása az első vizsgált időszakban



A második időszak eredményeit a 3. ábra foglalja össze. A második hullám idején hasonlóan nagy arányú volt a háborús nyelvezet alkalmazása, míg az árvíz/áradat és a gép(ezet)/jármű kategóriák aránya nőtt. Az eredményeink nincsenek összhangban Wicke és Bolognesi (2021) kutatásával, amely a Twitter amerikai-angol nyelven posztoló felhasználóinak metaforáit vizsgálta a pandémia egyes hullámai alatt (2020. március 20-a és 2020. július 1-je között). A tweetek alapján ugyanis azt a megfigyelést tették, hogy a háborús metaforák csökkenő számban jelentek meg a korpuszokban (a csökkenés mind a fertőzések szempontjából enyhébb időszakban, mind azt ezt követő második hullám – tehát a fertőzések újbóli növekedése – alatt bekövetkezett). A pontos okok ugyan még empirikus megerősítésre várnak, ám elképzelhető, hogy a háború metaforája a pandémiás helyzet alakulásának nem minden szakaszára tűnik egyaránt hatékonynak a beszélők számára (Wicke & Bolognesi 2021). Az első időszakban kiugró egyéb kategória elemeinek száma jócskán csökkent, ami arra utalhat, hogy míg az első időszakban a hírportálok bátrabban alkalmaztak eltérő forrástartományokat, addig a második időszakra kialakult egy „bevált nyelvezet”.

3. ábra

A koronavírus-járvány metaforáinak eloszlása az első vizsgált időszakban



A megszemélyesítés előfordulása az első időszakban az origo.hu-n volt kiugró, a második időszakban pedig a 24.hu alkalmazta a leggyakrabban. Végül a *gép(ezet)/jármű* címke a második időszakban nagyobb előfordulást mutatott.

Az alábbiakban részletesen ismertetjük az egyes csoportokhoz köthető metaforikus kifejezéseket, külön figyelmet fordítva a szövegekben legtöbbször megjelent háborús nyelvhasználatra.

A koronavírus elleni védekezés háború

A cikkekben használt metaforikus megfelelések 43,8 százaléka háború, harc és küzdelem formájában szólt a koronavírus-járványról, így elmondható, hogy a vezető magyar hírportálok kommunikációjában is – bár közel sem olyan mértékben, mint a miniszterelnöki kommunikációban (lásd Szabó 2020) – domináns a háborús nyelvzet. Már maga a pandémia ideje alatt létrehozott Koronavírus-járvány Elleni Védekezésért Felelős Operatív Törzs megnevezése is metaforikus, hiszen a *Magyar értelmező kéziszótár* (MÉK 2011) szerint a *törzs* katonai értelemben a vezetés legfontosabb közegeit magában foglaló szerv, amely szakértőkből áll, és vészhelyzet során az irányítást végzi, ily módon „csatahelyzetben” megkérdőjelezhetetlen az iránymutatása.

A metaforikus megfelelésekben a koronavírus elleni védekezés háborúként jelent meg, amelyben az ellenség a vírus. A „láthatatlan ellenség”¹⁰ veszélyes mivoltát egyrészt a fentebb említett megszemélyesítések hangsúlyozták, másrészt a háborús nyelvzet kiterjesztése a védekezés érdekében tett „megelőző intézkedésekre”.¹¹ A vírusellenes védekezés színhelye a front, amely folytonos és különböző irányból érkező támadás alatt állt, így a magyar kormány „több fronton is tárgyalni kényszerült a koronavírus elleni vakcináról”.¹²

A magyarok „háborús övezet lakóivá váltak”,¹³ az egészség elleni támadások és az alkalmi „partraszállás”¹⁴ következtében pedig „visszahúzódni kényszerültünk szűkebb pátriánkba”.¹⁵ A járvány elleni védekezésnek sajátos „eszköztára” van,¹⁶ amelyben különböző „fegyvereket”¹⁷ vetettek be. Míg a járvány „pestisként söpört végig”,¹⁸ az intenzív osztályok „békebeli kapacitásuk határán”¹⁹ mozogtak.

Érdekesség, hogy néhány esetben a háború a politika elvont fogalmához szolgáltatott forrástartományt, amikor például „a kormány és a főváros között egyfajta kommunikációs csata is zajlik”.²⁰ Továbbá egy esetben a vírus fogalma szerepelt a konkrétabb, kézzelfoghatóbb céltartományként, amikor az *index.hu* azt állította,

10 Kovács András: Itt vannak az újabb részletek a hazai koronavírus-helyzetről, origo.hu, 2020. III. 16., <https://www.origo.hu/itthon/percrolpercre/20200316-itt-vannak-az-ujabb-reszletek-ahazai-koronavirus-helyzetrrol.html?pldx=1>.

11 Grád-Kovács Márta: Ismét megkésett önvallomás lett az iskolabezárás, 24.hu, 2020. XI. 11., <https://24.hu/belfold/2020/11/11/koronavirus-iskolabezaras-digitalis-oktatas-tavoktatas/>.

12 CSJ: Koronavírus: nincs javulás, 84 ember meghalt, index.hu, 2020. XI. 5., https://index.hu/belfold/2020/11/05/koronavirus_fertozottek_halalozas_statisztika_operativ_torzs_muller_cecilia_tisztifoorvos_maszkviseles/.

13 Farkas György: Karácsony Gergely: Azért, mert a kormány megbolondult, ne a budapestiek szívjanak, 24.hu, 2020. XII. 21., <https://24.hu/belfold/2020/12/21/karacsony-gergely-azert-mert-a-kormany-megbolondult-ne-a-budapestiek-szivjanak/>.

14 Kerner Zsolt: Egy kicsit mindenki nyert az uniós kompromisszummal, de a leginkább Orbán, 24.hu, 2020. XII. 9., <https://24.hu/belfold/2020/12/09/unio-veto-orban-lengyel-ki-nyert/>.

15 24.hu: Kásler: Pontosan nem tudhatjuk, mi vár még ránk, 24.hu, 2020. XI. 28., <https://24.hu/belfold/2020/11/28/koronavirus-kasler-miklos-egeszsegugy/>.

16 Bordács Bálint: Rogán Antal: A nemzeti konzultációk határozzák meg a kormány politikáját, origo.hu, 2020. X. 24., <https://www.origo.hu/itthon/20201124-rogan-antal-a-nemzeti-konzultaciok-hatarozzak-meg-a-kormany-politikajat.html>.

17 Vaskor Máté: Operatív törzs: egyre többen szegik meg a kijárási korlátozást, 24.hu, 2020. IV. 3., <https://24.hu/belfold/2020/04/03/koronavirus-operativ-torzs-kijarasi-korlatozas-megszegese/>.

18 24.hu: Zacher Gábor: Nem biztos, hogy kell ennyi kórházi ágy Magyarországnak, 24.hu, 2020. IV. 26., <https://24.hu/belfold/2020/04/26/zacher-gabor-nem-biztos-hogy-kell-ennyi-korhazi-agy-magyarorszagnak/>.

19 NF: Merkely Béla: A járvány második hullámában a lakosság 20 százaléka is megfertőződhetett, index.hu, 2020. XII. 24., https://index.hu/belfold/2020/12/24/merkely-bela_koronavirus_jarvany/.

20 NT: Karácsony: Csak azt kérem, ne vádoljanak valamivel, ami nem az én feladatom, index.hu, 2020. IV. 14., https://index.hu/belfold/2020/04/14/karacsony-gergely_budapest_koronavirus_pesti_uti_idosotthon/.

hogy „a vírusról is erősebben fertőzte meg a politika Budapestet”.²¹ E metaforikus ábrázolásmódok illeszkednek a miniszterelnöki kommunikációhoz, amelyről általánosságban elmondható, hogy a konfliktusokra (például a migrációra és az olyan kisebbségekre, mint az LMBTQ) épít (Bene & Boda 2021).

Összességében az eredmények alapján tehát elmondható, hogy a vizsgált híroldalak túlnyomórészt „járvány elleni küzdelemről”, „háborús övezetről” és a „támadások kivédéséről” írtak, ezáltal a HÁBORÚ és HARC/KÜZDELEM metaforákon keresztül mutatva be a vírushelyzetet, amelyben az ellenség maga a vírus, míg az elszenvedő alanyoknak „győzelemre” kell törekedniük.

A tomboló vírus hullámai

A háborús nyelvezeten túl további következtetések vonhatók le az ÁRVÍZ/ÁRADAT és GÉP(EZET)/JÁRMŰ metaforikus megfeleléseinek rövid áttekintéséből. Az előbbi szinte kizárólag a „hullám” kifejezésben testesült meg. Az érzelmi konnotációk tekintetében az árvíz/áradat forrástartomány súlyos következményekkel járó veszélyként ábrázolja a vírust (csakúgy, mint egy természeti katasztrófa), amely kontrollálhatatlan és elkerülhetetlen, illetve nagy mennyiségben érkezik. Ezt példázza a „A koronavírus-járvány május 3-i tetőzése után is lesznek fertőző emberek”²² esetében a *tetőzés* kifejezés, amely a MÉK (2011) szerint a folyók vízállására vonatkozik (amikor eléri a legnagyobb magasságot) és különösen árvíz idején használatos. Ez a metafora korábban központi szerepet töltött be a hazai politikai kommunikáció migrációs diskurzusában is (Tóth et al. 2018). Elsődleges funkciója a szembenállás jelölése volt: ha ők az árvíz, akkor mi vagyunk VESZÉLYBEN. Ezek a modellek a félelmeinket tükrözik. Míg az ÁRVÍZ metafora megakadályozta a migránsokkal való együttérzést, a *hullám* szó mentális társítása a vírushoz folytonos félelemben tart, és „indokolja a járványügyi készültség fenntartását”.²³

A megszemélyesítés mértéke hírportálonként változott, ami annak ellenére, hogy nem dominálta a vírusról szóló kommunikációt, fontos eszköz, mert személyekhez könnyebben kapcsolunk érzelmeket, mint elvont fogalmakhoz (Šarić 2015, Demata 2019). Így „az emberi szervezetet könnyen támadó”²⁴ vírussal, ami „pontot tesz a mondat végére”²⁵ (halál okozója krónikus alapbetegségek esetén), és a „tomboló”²⁶ járvánnyal szemben könnyebben alakul ki ellenérzés az olvasókban. Mindezt fokozza a vírus eredményeként értelmezhető halál megszemélyesítése olyan kifejezésekben, mint „ha egyszer oda bekerül a vírus, akkor a halál ott aratni fog”.²⁷

Bár a vírus „megbénította a mindennapokat”,²⁸ Magyarország gépként való ábrázolása fontos üzenettel bír: jelentőségét az adja, hogy egy gép nem kapja el a vírust. A koronavírus-járvány során a kommunikációban központi szerepet játszott annak hangsúlyozása, hogy az országnak és a gazdaságnak „működnie kell”,²⁹ amit

21 Dezső András: A vírusról is erősebben fertőzte meg a politika Budapestet, index.hu, 2020. V. 14., https://index.hu/belfold/2020/05/14/politikai_jatszma_aldozatava_valt_budapest_a_jarvanyban/.

22 PL: Idősávós nyitvatartással, applikáció segítségével nyitnák újra a zöldterületeket Budapesten, index.hu, 2020. IV. 25., https://index.hu/belfold/2020/04/25/budapest_parkok_idosavos_nyitvatartas/.

23 PL: Operatív törzs: Ausztriából négy napnál nem régebbi negatív koronavírusteresztel haza lehet jönni, index.hu, 2020. VI. 4., https://index.hu/belfold/2020/06/04/az_operativ_torz_csutortoki_tajekoztatojanak_osszefoglaloja/.

24 Vági Barbara: Tudjuk-e erősíteni az immunrendszert - szedjünk vitaminokat járvány idején? origo.hu, 2020. III. 16., <https://www.origo.hu/itthon/20200316-tudjuke-erositeni-az-immunrendszert-kelleneke-a-vitaminok-jarvany-idejen.html>.

25 Molnár Réka: Zacher: mindegy, hogy van-e egy idősoththonban orvos, ha bejut a vírus, úgylis végigmegy, index.hu, 2020. V. 14., https://index.hu/belfold/2020/05/14/zacher_idosoththon_interju_koronavirus/.

26 Farkas György: László Imre: Az egészségügy lassan olyan, mint a foci, 24.hu, 2020. XI. 4., <https://24.hu/belfold/2020/11/04/laszlo-imre-az-egeszsegugy-lassan-olyan-mint-a-foci/>.

27 Molnár Réka: Zacher: mindegy, hogy van-e egy idősoththonban orvos, ha bejut a vírus, úgylis végigmegy, index.hu, 2020. V. 14., https://index.hu/belfold/2020/05/14/zacher_idosoththon_interju_koronavirus/.

28 NF: Ez egyre rosszabb: átlépte a kétezret a fertőzöttek száma, index.hu, 2020. X. 22., https://index.hu/belfold/2020/10/22/koronavirus_adatok_belfold_jarvany/.

29 Index: Orbán Viktor: Mindenkinél ingyenes lesz az influenzaoltás, index.hu, 2020. IX. 11., https://index.hu/belfold/2020/09/11/orban_viktor_altalanos_korlatozasra_nem_kell_szamitani/.

egyebek mellett egy „növekedési akcióterv”³⁰ segít. A gép forrástartomány az ország „működőképessége” és „működtetése”³¹ nyelvi kifejezésekben nyilvánult meg. A MÉK (2011) elsődleges definíciója szerint a gép termelői munkát végez az együttműködő alkatrészeinek köszönhetően. Amennyiben az ország a GÉP, akkor a lakói az ALKATRÉSZEK, akiknek védelmére szükség van a zökkenőmentes működéshez. A MAGYARORSZÁG GÉP metafora jelentése továbbá, hogy az ország egy stabil, biztos pont, amely nem tud megfertőződni, így mentsvár lehet a vele szemben megfertőződni képes lakosság számára. Így – a háborús nyelvezetet követve – bár a katonák eleshetnek a hadszíntéren, az ország megdönthetetlen.

Mindezek alapján elmondható, hogy a vizsgált hírportálok túlnyomórészt a HÁBORÚ és HARC forrástartományokon keresztül tájékoztattak a koronavírus-járványról. Bár az ÁRVÍZ/ÁRADAT, GÉP(EZET)/JÁRMŰ és a MEGSZEMÉLYESÍTÉS esetei színesítik a képet, az utóbbi kategóriákhoz kapcsolt nyelvi kifejezések is veszélyként, ellenségként keretezik a vírust.

Összegzés

E dolgozatban azt a feltételezésünket vizsgáltuk meg, hogy a koronavírus-járványt (ideértve annak terjedését és kezelését) a magyar hírportálok a háború metaforáival írták le. Három magyar vezető híroldal (a 24.hu, az index.hu és az origo.hu) cikkei megerősítették a feltevésünket a vizsgált időszakban. A háború metaforái erősen jelen voltak mind az első, mind a második hullám idején a korpuszban, szemben a nemzetközi megfigyelésekkel, amelyek a *háború* csökkenő jelenlétét mutatták ki közösségi médiában (Wicke & Bolognesi 2021).

Kutatásunk azt is feltárta, hogy milyen egyéb, gyakran előforduló metaforikus leképezések segítségével tárgyalta a magyar online média a Covid19-járványt. Az eredmények szerint a második leggyakoribb metafora az ÁRVÍZ/ÁRADAT tartományon belül volt megfigyelhető, aminek oka a járvány egyes fázisainak mint *hullámoknak* a tárgyalása. Ezt követően a megszemélyesítés volt a legtöbb elemet tartalmazó kategória, amely magát a vírust támadó és veszélyes ellenségként jelenítette meg, amivel a háborús retorikát erősítette tovább. Ezt követte a GÉP(EZET)/JÁRMŰ kategória, amelyet az esetek többségében Magyarországra alkalmaztak a hírportálok. A GÉP(EZET)/JÁRMŰ tartományok hatásossága abban rejlik, hogy a főképp emberek között terjedő vírus nem fertőzheti meg a gépeket, tehát az ország működésére közvetlen hatással nem lehet.

A dolgozat korlátai között meg kell említeni, hogy az írásakor még folyamatban lévő pandémia két időszakát ölelte fel a vizsgálódás, így csak ezekről tud képet nyújtani. Továbbá a szövegekben nem tettünk különbséget a szerzők saját gondolatai és a politikusi, szakértői vagy egyéb megszólalók nyilatkozatai között: a cikkeket egészükben vizsgáltuk. Emellett a kutatás a három legolvasottabb hírportál cikkeit vizsgálta, ami a magyar online média csak egy szeletét jelenti.

Az elemzés tehát kiterjeszthető további hírforrásokra, illetve a közösségi médián cikkekhez fűzött kommentárok által vizsgálható lenne, hogy az egyes metaforákat mennyiben vették át a befogadók. A szöveges metaforavizsgálat mellett a cikkekhez fűzött képi anyag tovább mélyíthetné a Covid19 kommunikációjával kapcsolatos ismereteket.

30 Origo: Munkahelyek menekülnek meg az áfacskentéssel a vendéglátásban, origo.hu, 2020. XI. 13., <https://www.origo.hu/itthon/20201113-munkahelyek-menekulnek-meg-az-afacsokkentessel-a-vendeglatasban.html>.

31 Origo: Magyarország felkészült a második hullámra: így lehet védekezni a vírus ellen és közben működtetni az országot, origo.hu, 2020. IX. 21., <https://www.origo.hu/itthon/20200921-a-kormany-felkeszult-a-masodik-hullamra-egyutt-sikerulhet-megallitani.html>.

Irodalom

- Benczes, Réka & Kate Burridge (2018): Speaking of disease and death. In: Keith Allan (ed.): *The Oxford Handbook of Taboo Words and Language*, pp. 61–76. Oxford: Oxford University Press.
- Bene, Márton & Zsolt Boda (2021): Hungary: Crisis as usual – populist governance and the pandemic. In: Giuliano Bobba & Nicolas Hubé (eds.): *Populism and the Politicization of the COVID-19 Crisis in Europe*, pp. 87–100. Cham: Palgrave Macmillan.
- Cameron, Lynne, Robert Maslen, Zazie Todd, John Maule, Peter Stratton & Neil Stanley (2009): The discourse dynamics approach to metaphor and metaphor-led discourse analysis. *Metaphor and Symbol*, vol. 24, no. 2, pp. 63–89.
- Cameron, Lynne, Robert Maslen & Graham Low (2010): Finding systematicity in metaphor use. In: Lynne Cameron & Robert Maslen (eds.): *Metaphor analysis: Research practice in applied linguistics, social sciences and the humanities*, pp. 116–146. London: Equinox.
- Demata, Massimiliano (2019): “The state of our Union is strong.” Metaphors of the nation in State of the Union addresses. In: Ljiljana Šarić & Mateusz-Milan Stanojević (eds.): *Metaphor, nation and discourse*, pp. 201–223. Amsterdam: John Benjamins.
- Demjén, Zsófia & Elena Semino (2016): Using metaphor in healthcare: physical health. In: Zsófia Demjén & Elena Semino (eds.): *The Routledge Handbook of Metaphor and Language*, pp. 385–399. London: Routledge.
- Körösényi, András, Gábor Illés & Attila Gyulai (2020): *The Orbán Regime. Plebiscitary Leader Democracy in the Making*. Abingdon: Routledge.
- Kövecses Zoltán (2005): *A metafora: Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Budapest: Typotex.
- Kövecses Zoltán & Benczes Réka (2010): *Kognitív nyelvészet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Krennmayr, Tina (2013): Top-down versus bottom-up approaches to the identification of metaphor in discourse. *Metaphorik.de*, vol. 24, pp. 7–36.
- Lakoff, George & Mark Johnson (1980/2003): *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Merkovity, Norbert, Márton Bene & Xénia Farkas (2021): Hungary: Illiberal Crisis Management. In: Darren Lilleker, Ioana A. Coman, Miloš Gregor & Edoardo Novelli (eds.): *Political Communication and COVID-19: Governance and Rhetoric in Times of Crisis*, pp. 269–279. Abingdon: Routledge.
- Pusztai Ferenc, szerk. (2011): *Magyar értelmező kéziszótár*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Šarić, Ljiljana (2015): Metaphors in the discourse of the national. *Družboslovne Razprave*, vol. 31, no. 80, pp. 47–65.
- Semino, Elena (2021): “Not Soldiers but Fire-fighters” – Metaphors and Covid-19. *Health Communication*, vol. 36, no. 1, pp. 50–58.
- Semino, Elena, Zsófia Demjén & Jane Demmen (2016): An Integrated Approach to Metaphor and Framing in Cognition, Discourse, and Practice, with an Application to Metaphors for Cancer. *Applied Linguistics*, vol. 39, no. 5, pp. 625–645.
- Semino, Elena, Zsófia Demjén, Jane Demmen, Veronika Koller, Sheila Payne, Andrew Hardie & Paul Rayson (2017): The Online Use of Violence and Journey Metaphors by Patients With Cancer, as Compared with Health Professionals: A Mixed Methods Study. *BMJ Supportive & Palliative Care*, vol. 7, no. 1, pp. 60–66.
- Sontag, Susan (1978): *Illness as Metaphor*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Szabó Lilla Petronella (2020): Háború járvány idején. Hogyan beszél Orbán Viktor a koronavírusról? In: Körösényi András, Szabó Andrea & Böcskei Balázs (szerk.): *Vírusba oltott politika: Világjárvány és politikatudomány*, 123–133. o. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Tóth Máté, Majoros Krisztián & Csátár Péter (2018): Metaphoric representations of the migration crisis in Hungarian online newspapers: A first approximation. *Metaphorik.de*, vol. 28, pp. 169–199.
- Wicke, Philipp & Marianna M. Bolognesi (2020): Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter. *PloS one*, vol. 15, no. 9, pp. 1–24.
- Wicke, Philipp & Marianna M. Bolognesi (2021): Covid-19 Discourse on Twitter: How the Topics, Sentiments, Subjectivity, and Figurative Frames Changed Over Time. *Frontiers in Communication*, <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2021.651997/full>.

Abstract in English

Virus wars. The metaphorical depiction of the Covid-19 pandemic on Hungarian news websites

The Covid-19 pandemic posed a new challenge to the media, which needed to inform citizens about novel concepts such as the spread of the coronavirus, staying at home, or social distancing. Our research focused on how leading Hungarian news sites (24.hu, index.hu, origo.hu) communicated the Covid-19 pandemic and the measures against it during the first and the second waves of the infections in Hungary. We identified the metaphors applied in the news articles by means of the discourse dynamics approach. Metaphors are important because they show the way speakers think about concepts through the analysis of language use. Therefore, metaphors reveal the conceptual frames applied by the online media to coronavirus and the measures against the virus. Our results showed that, in line with the international trend, war metaphors (which depicted the virus as an enemy, against whom one must fight) were dominant in the observed news articles. In addition to the war rhetoric, the spread of coronavirus appeared as a ‘flood,’ and Hungary was depicted as a ‘machine.’

Keywords: coronavirus, conceptual metaphor, discourse-based metaphor identification, Covid-19, flood metaphor, machine metaphor, news portal, war rhetoric

Szabó Lilla Petronella a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori Iskolájának hallgatója és a Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézetének tudományos segédmunkatársa. Fő kutatási területei a nyelvészet és a politikai kommunikáció. Email: szabo.lillapetronella@tk.hu

Béni Alexandra a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori Iskolájának hallgatója. Afrika médiareprezentációját vizsgálja az online hírekben, elsősorban a vizuális keretezés szempontjából. Tágabb értelemben médiareprezentáció-kutatással, vizuális kommunikációval és a politikai kommunikáció nyelvi vetületeivel foglalkozik. Email: alexandra.beni@uni-corvinus.hu

N. Varagya Szilvia

Válságban kommunikáció! Válságban a kommunikáció?

Szlovákiai közéleti retorika a 2020-as pandémia idején a magyar nyelvű napilap tolmácsolásában

Szlovákiába a SARS-CoV-2 koronavírus okozta Covid19 pandémia témája a 2020. február 29-ei, az ország vezetésében gyökeres változást eredményező parlamenti választásokat megelőző kampányidőszak során gyűrűzött be. Az első szlovákiai fertőzésről a leköszönő kormány tájékoztatott, egyúttal radikális járványkezelési intézkedéseket hozott. A magyar nyelvű Új Szó napilapban a világjárvány tematizálásának intenzitását a választási kampánytémák, a magyar etnikai pártképviselőt szlovák parlamentből való kiszorítása, az új kormány politikai prioritásai és járványkezelési intézkedései determinálták – ám e jelentős belpolitikai és társadalmi eseményeket figyelmen kívül hagyva kizárólag a pandémia témájára fókuszáltunk vizsgálatunkban. Az Új Szó újságírói tartalmait elemeztük a szlovák politikai kommunikáció jellegzetes nyelvi és stiláris fordulatait, rejtett üzeneteit, valamint a világviszonylatban is gyakran használt háborús retorika perspektívájából. Kutatásunk korpuszát a magyar nyelvű napilap vezércikkei, a „Panoráma” rovat vezető hírei, valamint a „Vélemény és háttér” rovat publicisztikai írásai alkották.

Kulcsszavak: Covid19, háborús retorika, járványkommunikáció, közéleti retorika, médiakommunikáció, pandémia, politikai kommunikáció, propaganda, Szlovákia, Új Szó

Politikai kontextus

A 2020. január eleje óta egyre több európai országban előretörő SARS-CoV-2 koronavírus okozta Covid19-járvány a mintegy öt és fél milliós lakosságú Szlovákiában 2020. március 6-án jelent meg. Az egyetlen szlovákiai magyar napilap, az Új Szó másnap tájékoztatott az első igazolt szlovákiai fertőzésről. A február 29-ei országos parlamenti választások eredményeképp leköszönő miniszterelnök, Peter Pellegrini kormánya radikális válságkezelési intézkedéseket hozott a járvány kitörésének, majd terjedésének megfékezése céljából: március 16-ától (csupán néhány nappal az új kormány beiktatása előtt) veszélyhelyzetet hirdetett ki, kijárási tilalmat vezetett be, és a gazdaság szinte teljes lezárásáról döntött.

Március 21-én, a hivatalába alig kilenc hónapja beiktatott, Szlovákia történetének eddigi legfiatalabb és első női államfője, Zuzana Čaputová új kormányt nevezett ki, amely a háromszoros kormányfő, Robert Fico, illetve az őt váltó párttársa, Peter Pellegrini regnálását követte. Egyúttal első alkalommal váltak kormánytényezővé olyan pártok, amelyeknek nem volt 1989-es múltjuk (egy politikai tömörülést kivéve kormánytapasztalatuk sem). Az ország történetében először a Szlovák Nemzeti Tanácsban (a szlovák parlamentben) a magyar nemzeti kisebbségnek nemcsak kormány-, hanem ellenzéki szinten sem volt etnikai pártképviselője.

Az Igor Matovič miniszterelnök vezette új kormány beiktatása napján egyszerre két nagy kihívással szembesült: a kormányzáshoz szükséges infrastruktúra mihamarabbi felállításával párhuzamosan haladéktalan, megfontolt és eredményes válságkezelést kellett foganatosítania. A pandémia első hulláma során elfogadott, nemzetközi

elismerést¹ kiváltó óvintézkedések következtében megmutatkozó kedvező járványadatok Szlovákiában a veszélyhelyzet június 13-ai feloldásához vezettek, és az ország 2020 augusztusáig viszonylag alacsony fertőzöttségi mutatói után az ősz-szel Szlovákiába beköszöntött a járvány második hulláma. Ezt megfékezendő a kormány október 1-jétől 45 napos veszélyhelyzetet hirdetett ki, amelyet november 11-én 45 nappal, december 29-én pedig újabb 40 nappal hosszabbított meg.

Az Új Szó napilap

A média és annak társadalomra gyakorolt befolyásának megítélése tudományos körökben megoszló. Carrol J. Glynn és Irkwon Jeong megállapítása szerint „bizonyos médiumok bizonyos üzenetei bizonyos időkben bizonyos hatást gyakorolnak a közönség bizonyos részére”, hiszen a média csak egy az embereket befolyásoló tényezők közül például a család, a kortárs csoport, az iskola, az egyház és a személyes tapasztalás mellett (Glynnt és Jeongot [2003] idézi Bajomi-Lázár 2017: 74).² Egy 2019. évi magyarországi kutatás eredményei szerint mindenesetre 2014 óta a politikai, közéleti témákban töretlenül a televízió a legfontosabb információforrás (Polyák et al. 2019), s ehhez hasonlóan Szlovákiában is hasonló médiafogyasztási szokásokról beszélhetünk. A Median SK (2021) 2020. évi negyedik, valamint 2021. évi első negyedévi közvélemény-kutatásának eredményei szerint a televíziók szólították meg a lakosság döntő többségét: össznézettségük elérte a 74 százalékot, míg az országos napilapok olvasottsága 24 százalék körül mozgott.

Hogy a járvány szlovákiai politikai kommunikációjának magyar nyelvű sajtómegjelenítését elemezzük, ennek ellenére az alábbi okokból választottuk az Új Szó napilap nyomtatott változatát:

- A sajtóorgánum több mint fél évszázados tradíciója.³
- Az egyetlen magyar nyelvű napilap Szlovákiában.
- Szlovákia teljes magyar nyelvterületét lefedi.
- Magát „közéleti napilapként” definiálja, híryanagában az újságírói objektivitásra törekedve tájékoztat a szlovákiai magyar lakosság szempontjából releváns eseményekről.
- Az új kormánykommunikáció kiszámíthatatlan jellege következtében előnyt jelentett az újságírói cikkek modifikálásának időbeli korlátja, tudniillik az egyes írásoknak a szerkesztő(ség) által jóváhagyott utolsó változata a nyomdába kerülés pillanatától többé nem korrigálható – tetten érhetők ezáltal a tájékoztatás, illetve a politikai kommunikáció szerkesztő(ség) által választott és jóváhagyott eszközei, módszerei, nyelvezete, valamint egyéb sajátosságai.

Az Új Szó napilap kvalitatív és kvantitatív elemzése során a 2020. év 299 lapszámát, mintegy 350 leközlött címlapcikkét és összesen több mint 1500 újságírói szöveget vizsgáltuk. Három forrásra fókuszáltunk:

1. Vezércikkek: a sajtótermék címlapján található újságírói szöveg, amely terjedelmével és grafikai elrendezésével a címlap legattraktívabb és leghatásosabb, rendszerint a sajtótermék további oldalain is folytatódó újságírói tartalom.
2. A „Vélemény és háttér” rovatoldal: publicisztikai írások és az aktuálpolitikai vagy közéleti kérdésekre reagáló karikatúra megjelenési helye, jellemzően a napilap hetedik oldala.
3. A „Panoráma” rovatoldal vezető cikkei: hagyományosan az újság második legattraktívabb felületének számító hátoldal⁴ kiemelt írásai, amelyek a világban történő érdekeségeket szemlézik.

1 Például: The Atlantic: Lessons from Slovakia—Where leaders wear masks, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/05/slovakia-mask-coronavirus-pandemic-success/611545/>; Reuters: Slovakia will accelerate reopening of economy hit by coronavirus, <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-slovakia/slovakia-will-accelerate-reopening-of-economy-hit-by-coronavirus-idUSKBN22G1SP>, Financial Times: How central and eastern Europe contained coronavirus, <https://www.ft.com/content/f9850a8d-7323-4de5-93ed-9ecda7f6de1c>.

2 Érdeemes lenne vizsgálatokat folytatni a szlovákiai magyarokra gyakorolt médiabefolyás változásairól, hiszen a gazdasági leállás és a huzamos ideig tartó, egész napos érvényű kijárási tilalmak miatt éppen az információcsere és a véleményformálás releváns ágensei, a család, a kortárs csoport, az iskola, valamint az egyház szerepe hirtelen és bizonytalan időre eliminálódott.

3 Hetilapként 1948. december 1-je óta, napilapként 1949. május 1-je óta jelenik meg Csehszlovákiában, illetve az utódállam Szlovákiában.

4 Ma az Új Szó hátoldalát a kiadó számos esetben hirdetési felületként értékesíti, így valójában a „Panoráma” rovatoldal a nyomtatott napilap utolsó szerkesztőségi oldala, amely vagy a lap hát-, vagy pedig az utolsó előtti oldala. A szerkesztőség azonban – ezt a tényt figyelmen kívül hagyva – a rovatoldalt továbbra is eredeti presztízséhez adekvátan kezeli.

A napilap tartalmi elemzése során tetten érhattük a hírszerkesztők törekvését az úgynevezett „külső objektivitásra”, azaz a „magas objektivitásérték” megtartására, amelynek megléte mellett Michael Kunczik szerint a tények kiválasztása (a riporter munka), valamint a híryanag kiválasztása és szerkesztése (a szerkesztői munka) miatt sosem érhető el az úgynevezett „belső objektivitás” (Kunczik 1995: 112). Ezt az álláspontot a *gatekeeping*-elmélet is alátámasztja, hiszen a média által kibocsátott tartalmak esetében minden megjelentetett téma egyúttal egy másik téma kirekesztését is jelenti (Kunczik 1995: 115). Szemléletes példája ennek a madárinfluenza 2020. évi tematizálása: január 11-én még az Új Szó címlapon tudósított a veszélyről,⁵ s a kérdéskör január folyamán még háromszor felbukkant,⁶ az emberekre veszélyes koronavírussal kapcsolatos hírek előretörésével azonban az állatokat sújtó fertőzés háttérbe szorult, majd el is tűnt.⁷

A világjárvány tematizálásának vizsgálata során nem kerülhető el Kunczik (1995: 123) meglátása, amely a „bad news are good news” (a jó hír nem hír) elv érvényességét, illetve a negatív események sikerét négy értelmezési lehetőséggel támasztja alá: (1) jobban megfelelnek a frekvenciakritériumoknak, (2) egyértelműek, hiszen nagyobb a társadalmi egyezés a negativitással kapcsolatban, (3) konzonánsak, nevezetesen sok ember világnézetével azonosak, és (4) a pozitívakkal szemben váratlanul és hirtelen jelennek meg. Ugyanakkor:

...ha a váratlan megtörténik, akkor a hírekbe nem az egészen váratlan kerül. A múltban éppúgy, mint a jelenben valójában a várt események váltak hírré [...] nagyrészt azok a balesetek és incidensek, amelyekre a közönség felkészült [...] azokból a dolgokból lesz hír, amelyektől tartanak és amelyeket remélnek – állítja a hírszociológia egyik atyja, Robert Park (McQuail 2003: 294).

Az Új Szó olvasóit a koronavírus témája a főoldalon nem érte váratlanul, hiszen első említése január 20-ára datálható a „Panoráma” rovatoldalon „Terjed az új halálos vírus” címen, 24-én pedig „Egyre gyorsabban terjed az új koronavírus” című rövidhírként a nyitóoldalon tűnt fel, egy nappal később pedig napvilágot látott az első karikatúra.⁸

2020 kora tavaszán a szlovákiai közéleti diskurzus tárgyát a pandémiával párhuzamosan a február végi parlamenti választások kampánytémái képezték, ezt követően a szlovákiai politikai spektrumot gyökeresen átrendező kormányváltás témája, majd az új kormány politikai programjában meghirdetett, szervezett bűnözés elleni könyörtelen fellépése. Napvilágra került ugyanakkor néhány, az új államapparátus első számú képviselőit érintő botrány is. Ezzel összefüggésben az *agenda setting* elméletére építve beszélhetünk a média által kreált valóságról, tehát a „médiavalóságról”: nagy horderejű témák egyidejű jelenléte esetén a szerkesztőség döntésén (vagy a mögötte álló tulajdonosi érdeken) múlik, melyiket tekinti a legrelevánsabb, vezető hírnek. Az első, a koronavírus okozta megbetegedést tematizáló vezető hír január 28-án jelent meg,⁹ vezércikként a kampányidőszak alatt azonban csupán két esetben közöltek róla írást,¹⁰ annak ellenére, hogy az Egészségügyi Világszervezet (WHO) január 30-án pandémiává nyilvánította a SARS-CoV-2 vírus okozta Covid19-járványt. A szlovákiai parlamenti választások napján érvényes moratórium idején a napilap egy rövidhír kíséretében az első szlovákiai szájmascos címlapfotóval emlékeztetett a vírusveszélyre. A választási kampány során a február 22-ei és 23-ai szám kivételével¹¹ kiemelt témaként a nemzetközi koronavírus-helyzettel a „Panoráma” oldal foglalkozott. Az országos választásokat követő politikai elemzések után március 7-étől újra a világjárvány került a szerkesztőség fókuszába: a hónap második hétvégi kiadását leszámítva napi szinten vezércikkben tematizálta a pandémiát. A március 13-ai és 14-ei hétvégi kiadás címlapján ugyan nem fő hírként, mégis három rövidebb írásban jelent

5 Újra megjelent a madárinfluenza, *Új Szó*, 2020. I. 11., 1–2. o.

6 Régiókban tovább terjed a madárinfluenza, *Új Szó*, 2020. I. 14., 2. o.; Újra felbukkant a madárinfluenza, *Új Szó*, 2020. I. 21., 2. o.; Madárinfluenza a bajmóci állatkertben, *Új Szó*, 2020. I. 27., 2. o.

7 Három ország tiltotta ki a szlovákiai baromfit, *Új Szó*, 2020. II. 5., 9. o.

8 Elnézést, uram, átmenetileg szigorúan tilos kínait felszolgálnunk, *Új Szó*, 2020. I. 25., 7. o.

9 Már készülünk az új koronavírusra, *Új Szó*, 2020. I. 28., 1. o.

10 Ajtónkon kopog a koronavírus, *Új Szó*, 2020. II. 25., 1. o.; Terjed a járvány Európában, *Új Szó*, 2020. II. 27., 1. o.

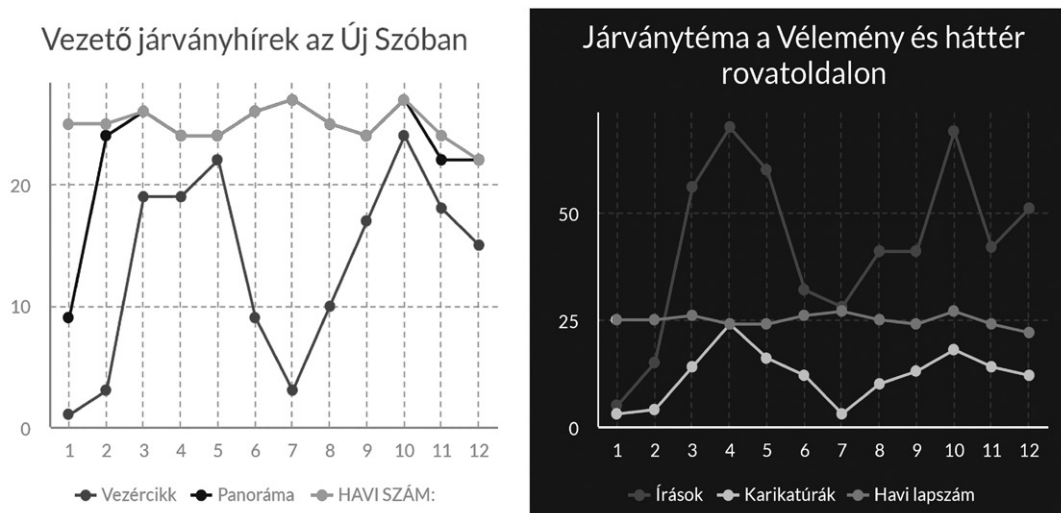
11 Februárban ez volt az egyetlen olyan lapszám, amelyben egy írás sem foglalkozott a koronavírussal.

meg a járvány témája, valamint felhívásban fordult az olvasókhöz,¹² amelyben tapasztalataik megosztására kérte őket, 19-én pedig szinte észrevehetetlen rövidhírben tájékoztatott egy koronavírussal fertőzött, idős nő haláláról,¹³ a hátoldalon egyúttal két multinacionális élelmiszerlánc „Zásobujeme Slovensko” („Ellátjuk Szlovákiát”) reklámszlogennel közölte első egész oldalas, a pandémiához kapcsolódó hirdetését.¹⁴

Kutatásunk bizonyítja, hogy a járványhelyzet tematizálásának intenzitása Szlovákiában megegyezett a járványkezelés óvintézkedéseinek szigorítási, illetve enyhítési görbéjével, az első és a második járványhullám tetőzése az újságírói tartalmak esetében is frekvenciátlanabb tematikus megjelenést produkált mind a híradások, mind pedig a véleményformáló médiamegjelenések (publicisztikai írások és karikatúrák) tekintetében, a nyári lapszámok vezércikkei közül pedig szinte teljesen kiszorult. Minél nagyobb veszélyként tűnt fel tehát Szlovákiában a világjárvány, az Új Szó kvalitatív és kvantitatív szempontból is annál nagyobb relevanciát tulajdonított neki (lásd az 1. ábrát).

1. ábra

A járvány tematizálásának kvantitatív eredménye



Rejtett üzenetek és párhuzamok

A politikai kommunikáció, s mindenekelőtt a propaganda eszköztárát képezik a különféle nyelvi és stiláris kifejezőeszközök, amelyek funkciója a hatáserősítés és a mozgósítás. A média minden válfaja rendelkezik az ahhoz szükséges hatalommal és eszközrendszerrel, hogy ezeket – akár az objektív tájékoztatás és a koherencia látszatát megtartva – saját, célzott, vizuális, auditív vagy audiovizuális üzenetekkel, esetleg ezek ötvözésével a befogadó irányában megerősítse vagy semlegesítse. A vizuális szimbólumok mellett a politikai, valamint a mediális kommunikációban is vitathatatlan a nyelvi szóképek és analógiák meggyőző szerepe. Elemzésünk néhány kuriózzal szemlélteti jelenlétüket.

12 Koronavírus: írja meg tapasztalatait! *Új Szó*, 2020. III. 14–15.

13 105 fertőzött van, egy idős nő meghalt, *Új Szó*, 2020. III. 19., 1. o. A koronavírus-fertőzött női áldozatról a leköszönő miniszterelnök informálta a közvéleményt, a szlovák média azonban március 31-étől egy közéleti személyiséget, Bajmóc város egykori polgármesterét tekintette a kór első szlovákiai áldozatának – az *Új Szó* az egykori városvezetőről a vizsgált felületeken nem tett említést.

14 A Lidl és a Kaufland két alkalom erejéig szakít a szokványos, akciós hirdető reklám jelleggel és szlovák nyelvű, egész oldalas hirdetésében együttérzéséről biztosítja vásárlóit a koronavírus terjedésével kapcsolatos aggodalmaikban, egyszersmind a két élelmiszerlánc azon igyekezetéről tájékoztat, hogy Szlovákia-szerte üzleteikben éjjel-nappal biztosítsák az élelmiszerellátást, s egyben elnézést kérnek egyes árucikkek esetleges hiányáért. Ennek kapcsán külön köszönetüket fejezik ki 12 000 alkalmazottjuknak, a beszállítóknak, a gyártóknak és a mezőgazdászoknak. A nyílt levélként közölt hirdetés végén összetartásra és egészségmegőrzésre szólít fel, s majd befejezőképpen kiemeli: „Önökért vagyunk itt!”

Vizuális üzenetek

Az Új Szó címlapjain helyet foglaló képanyag híven tükrözi a február végén megválasztott szlovák politikai elit várható járványkezelési attitűdjét: március 16-án címlapon kapott helyet az első, több szempontból is szimbolikus fénykép, amelyen az államfő és a leendő kormányt alakító pártok elnökei – kivéve a jövőbeli miniszterelnök-helyettest és egyben gazdasági minisztert¹⁵ – egymás mellett szájmaszkban sorakoznak fel. A tömegkommunikációs színtereken szereplő modellek rábeszélőereje erős, amennyiben azok: (1) híresek, befolyásosak, magas társadalmi pozíciót töltenek be; (2) egyértelmű az általuk képviselt magatartás követéséből származó (vélt vagy valós) előny; (3) evidens a példakövetés mikéntje; és (4) problémamegoldásuk módja vonzó és eredményes (Pratkanis & Aronson 1992: 92). Következésképpen a vezető politikusok közös fényképe követendő példát mutat a közvéleménynek, jelezve, hogy bátran és büszkén felvállalható a kultúránkban szokatlannak, sőt bizarrnak tartott viselet. A közjogi méltóságok közötti nem egységes fellépés ugyanakkor kétféle értelmezési lehetőséget kínál a befogadónak: (1) legitimálja a társadalmi megosztottságot járványkérdésben, hiszen az alakuló kormány képviselői között is akad, aki bármilyen oknál fogva nem követi a szabályokat (a lakosság körében is léteznek „vírustagadók”), (2) legitimálja a kormányon belüli, legmagasabb szinten létező különvéleményt, előrevetítve ezzel a miniszterelnök, valamint a miniszterelnök-helyettes későbbi kormányon belüli konfliktusait.

Igor Matovič pártja választási retorikájában a közvélemény nyomására leváltott miniszterelnök, Robert Fico és annak utódja, Peter Pellegrini politikájának ellenpólusaként pozicionálta magát, és e státusát az új kormány megalkulásának első pillanatától egy megkülönböztető nonverbális kommunikációs eszközzel, mégpedig a társadalmi felelősségvállalás szimbólumaként is szolgáló arcmaszok viselésével is manifestálta. Az Új Szó március 21–22-ei kiadása ezzel összefüggésben kiválóan szemlélteti a redundancia sokszínű megjelenési lehetőségeit: (1) *vezércikkében* hangsúlyosan tolmácsolta olvasóinak az államvezetés járványkezelési prioritását „Szájmaszkban az új parlament” főcímen, amelynek tartalmát (2) a cikk alatt vizuális üzenettel, a Szlovák Nemzeti Tanács alakuló ülésén készült *fényképpel* nyomatékosította, amelyen a frissen megválasztott képviselők mindegyike szájmaszkban, vigyázban áll, majd a címlapüzenetet a publicisztikai oldalon egy (3) „szájmaszkban az új parlament” üzenet *karikatúrájával* egészítette ki, amelyen a szlovák parlament épületének bejárati homlokzatát arcmaszok fedi. Az Új Szó szerkesztősége ettől kezdve bizonyítottan arra törekszik, hogy a szlovák politikai elitől lehetőség szerint szájmaszkos fényképeket közöljön.

A 2020. február végén megválasztott kormány kinevezésekor Zuzana Čaputová köztársasági elnök a pandémiához kötődő társadalmi felelősségvállalás jegyében elegáns ruhájával megegyező, élénk színű szájmaszkot viselt, amelyért a fiatal, kis európai ország sikeres pandémiakezelésének emblematikus alakjaként tűnt fel a korábban már említett nemzetközi sajtóvisszhangban. Az ünnepi aktusról az Új Szó címlapján, valamint a „Vélemény és háttér” rovatoldalon közölt fényképet, amelyen az ország két központi figurája szájmaszkban és kesztyűben fog kezét.¹⁶

Nyelvi kuriózumok és szójátékok

Az élet számos területét érintő, fatális esemény arányosan nagy hatást gyakorol egy közösség nyelvhasználatára is. A járvány előretörésével az Új Szó oldalain is tetten érhetők a szókincs változásai: elterjedtek a pandémia jelenségeire reflektáló neologizmusok és hapax legomenonok, amelyek funkciója megállapításaink szerint a sajtónyelvben (1) az egyértelműsítés – leginkább a tényszerű, tájékoztató műfajok esetében, (2) a többértelműsítés – jellemzően a publicisztikai műfajoknál, vagy (3) a kifejezőmód egyszerűsítése – műfajtól függetlenül. A szlovákiai magyar napilapban újdonságnak számított néhány, a szlovák szóképzés nyitottsága okán a politikai

15 Történt mindez akkor, amikor Szlovákia veszélyhelyzetet vezetett be, amelynek következményeképp március 16-ai hatállyal az élelmiszerboltok, a gyógyszertárak és a drogériák kivételével a kormány bezáratta a kiskereskedelmi egységeket, az óvodákat, az általános és a középiskolákat, az egyetemeket és a szabadidőközpontokat, és a lakosságot összefogásra, valamint az intézkedések betartására szólították fel.

16 A kesztyű mint járványvédelmi eszköz a pandémia előre haladtával eltűnik, s vele együtt a kultúránkban baráti gesztusként használt kézfogás is.

kommunikációban is előszeretettel használt angol jövevényszó, így például a leállítás, lezárás jelentésű *lockdown*, amely a második hullám idejében elegánsan kiváltotta a pandémia elején kormányfői szinten helytelenül bevezetett *blackout* (eszmeletvesztés, áramkiesés) anglicizmust.¹⁷

2020 augusztusától a szlovák központi állami szervek hivatalos retorikájában használni kezdték a R.O.R. (R-O-R vagy ROR) betűszót, amely a szájmász, a távolságtartás és a kéz(mosás) szavak megfelelő sorrendbe állításából, illetve rövidítéséből ered (*ručko – odstup – ruky*).¹⁸ Az irodalomban jártas befogadó számára a kialakult járványhelyzetben ez a három betű paradox módon politikai áthallásnak is minősülhet, hiszen egyértelmű a betűszó nyelvi-formai hasonlósága Karel Čapek éppen száz évvel ezelőtt megalkotott *R.U.R.* című drámájával, amely központi témáját az emberiség ellen forduló, annak fennmaradását fenyegető technikai vívmányok adják. A szlovákiai magyar napilap a betűszóra nem talált frappáns rövidítést, így általában a szájmász–távolságtartás–kézmosás szókapcsolatot használta, megfosztva ezzel a magyar olvasókat a szlovák nyelvi lelemény mögöttes tartalmától.¹⁹

Hadsereggel a vírus ellen?

A pandémia kommunikációjában az átlagbefogadó számára evidensebb és közérthetőbb, éppen ezért szuggesztívebb, kuriózumnak azonban nem tekinthető a háborús párhuzam. A Covid19-járványkezelés során a világ számos politikai vezetője fordult a „háborús stratégia”, illetve a militáns retorika eszköztára felé, ami köztudottan népszerűségük megtartását és akár növelését eredményezheti.²⁰ Így például az amerikai Donald Trump *háborús elnökként* (*wartime president*) definiálta önmagát (M. Renfro 2020), Boris Johnson brit miniszterelnök a járvány elleni közös összefogásra buzdítva a második világháborús *Blitz-szellemre* (*Blitz-spirit*) utalt vissza (Sandle 2020), valamint Orbán Viktor magyar kormányfő kommunikációjában is rendszeresen a háborús retorika köszönt vissza, ami „a társadalom jelentős része számára a biztonság illúzióját nyújthatja” (Orosz 2020).*

A szlovák politikai elit is előszeretettel emelt át kommunikációjába katonai retorikai elemeket, amelyeket a magyar nyelvű napilap igyekezett adekvátnan tolmácsolni olvasóinak. Miután a „Panoráma” rovatoldal másfél hónappal az első szlovákiai fertőzött megjelenése előtt már rendszeresen tájékoztatott „az új halálos vírus” terjedéséről, s a napilap például a bergamói drámai vírushelyzetet a katonai konvojok szuggesztív vizuális képanyagával is tematizálta, a szlovákiai magyar olvasó az Új Szó hasábjain a rendfenntartó és a fegyveres erők szisztematikus jelenlétével szembesült. A szlovák hadsereg²¹ szerepe a pandémia során az év második felére, különösen a világviszonylatban is úttörőnek számító országos kiterjedésű lakossági antigéntesztelés idejének felvetésével erősödött fel jelentős mértékben. A kormányfői vízió alapján a tervezett országos vírusszűrő kulcsfontosságú koordinátori szerepét a hadsereg vette át. A döntés megindoklására az Új Szó a miniszterelnök szavait idézi: „Ne gondoljuk, hogy a szétlopott egészségügy a 12 éves Smer-kormány vezetése után meg tudná oldani a járványhelyzetet.”²² Egy márciusi, utópisztikus elképzelésnek tűnő publicisztikai gondolat szerint „Egy ország teljes lakosságát persze

17 2020. április 1-jén a miniszterelnök az ország várható teljes leállásáról tájékoztatott, a jelenség megnevezéseként helytelenül a *blackout* anglicizmust használta, így az újságírók tolmácsolásában is ez a szó került a köztudatba. A 2020 őszen beköszönő második járványhullám idejében már a média képviselői is egységesen a *lockdown* kifejezést alkalmazták. Az Új Szó napilap újságírója a lapszusra később szójátékként egy publicisztikai írás címében is visszautalt. A lockdown az új blackout, *Új Szó*, 2020. X. 13., 7. o.

18 A R.O.R. első internetes megjelenését a Szlovák Műszaki Egyetem honlapján találtuk egy 2020. június 23-ai felhívásban, amely a kéz–távolságtartás–szájmász sorrendben használja a rövidítést (Chabroň 2020).

19 Érdekességképpen megjegyezzük, hogy Čapek szülőföldjén, Csehországban a R.O.R. betűszó nem terjedt el, helyette a 3R rövidítés (*ruce–roušky–rozestup*, magyarul: kéz–arcmaszk–távolságtartás) használatos.

20 Válsághelyzetekben a sikeres, határozott, közös ellenségképet kreáló, erős érzelmeket kiváltó politikai kommunikáció közismerten *rally around the flag* hatást vált ki, amely az aktuális vezetők népszerűségét növelik. A politikai feszültségek és a sorozatosan elhibázott kommunikáció azonban a szlovák kormány legfelsőbb szintjein 2021. április 1-jén végül nagy horderejű változásokat eredményeztek: Igor Matovič miniszterelnök pozíciót cserélt Eduard Heger pénzügyminiszterrel.

21 A szlovákiai magyar nyelvhasználatban ritka a *honvédség* megnevezés, jellemzően a *hadsereg*, *katonaság* vagy *fegyveres erők* kifejezést használják.

22 Megegyezett a kormány – mindenkit le fognak tesztelni, *Új Szó*, 2020. X. 18., 5. o.

* Lásd még Szabó Lilla Petronella és Béni Alexandra „Vírusháború. A Covid19 járvány metaforikus ábrázolása a magyar hírportálokon” című írását e lapszámunkban – a szerk.

szűrni aligha lehet”.²³ Fél évvel később az Új Szó vezető címlap cikkében reális tervről referál: „Matovič mindenkit tesztelne / Mindenkin elvégzik a gyorstesztet, a fertőzötteknek házi karanténba kell vonulniuk.”²⁴

Az országos szűrés a megvalósítás előtti utolsó pillanatig kudarcra ítéltnek tűnt, széleskörű és intenzív társadalmi diskurzust²⁵ váltott ki kényszerítő jellege,²⁶ amelyet az Új Szó a tesztelés első napján is vezércikkében tematizált.²⁷ Az első, kétnapos vírusszűrés eredményességét követően az egy héttel későbbi, második kör már relatíve semleges emóciókat váltott ki a közéletben.

Ezzel párhuzamosan az újságban számos háborús metafora és *terminus technicus* látott napvilágot. „Az ország koronavírus-tesztje” és a „nagyon érdekes kísérlet” kollokáció mellett feltűnik a katonai „közös felelősségvállalás művelet”, „akció”, „nagyszabású terv”, „kulcsfontosságú küzdelem, amit meg kell nyerni”, „a szabadság felé vezető út”, „a 2. Szlovák Nemzeti Felkelés”, „az ország történetének legnagyobb logisztikai művelete”, „az utolsó lehetőség, hogy elkerüljük az armageddont”, valamint a negatív koronavírusesztről mint „a szabad mozgás zálogáról” írt.

A politikai propaganda közismerten egyik leghatásosabb manipulációs eszköze a félelemkeltés.²⁸ A félelem hatásmechanizmusát Howard Leventhal kísérleti eredményeire hivatkozva az alábbiakban foglalhatjuk össze: „minél inkább megijed a befogadó, annál valószínűbb, hogy igyekszik megelőzni a baj bekövetkeztét” (Pratkanis & Aronson 1992: 127). Az országos tesztelés első köre egy regionális próbaszűrés után október 31-én és november 1-jén valósult meg, a második forduló egy héttel később. Az egészségügyi dolgozók és önkéntesek mellett minden tesztelési ponton katonák teljesítettek szolgálatot. Az 5,45 millió lakosú Szlovákiában az első országos tesztelésen az elvárt 3,8 millió lakosból 3,6 millió vett részt, ami 95 százalékos sikerességet eredményezett.

Összegzés

A nyugati médiakultúrában tapasztalható egy általános pozitív elvárás, amely a mediális aktoroktól megköveteli a semleges, informatív tájékoztatást (McQuail 2003: 279). Az Új Szó napilap részéről a magyar (vagy etnikailag vegyes) pártok 2020. évi parlamenten kívül rekedése a vizsgált időszakban eliminálta az érték- vagy pártszimpátiából adódó esetleges szerkesztőségi részrehajlást, s ez a járványkezelés témájában a vizsgált időszakban a szlovákiai magyar politikai kötődéstől mentes, pártsemleges újságírást eredményezett. A járványhelyzet a vizsgálat időszakát képező 2020. évben – a magyarországi médiaivalossággal ellentétben – nem vált a szlovákiai magyarok számára megosztó, kétpólusú politikai kérdéssé.

A jövőben értékes információkkal szolgálhatna egy kutatás arról, vajon a magyarországi vagy a szlovákiai közéleti kommunikáció nyelvi és stiláris eszközei gyakoroltak-e nagyobb hatást a szlovákiai magyar újságírássra, illetve megváltoztak-e a szlovákiai magyarok médiafogyasztási szokásai a járványügyi intézkedéseként bevezetett határozatok és a Magyarországtól való huzamosabb idejű elszigetelés következtében.

23 Kommunikációs járványveszély, *Új Szó*, 2020. III. 21–22., 7. o.

24 *Új Szó*, 2020. X. 20., 1. o.

25 Vezércikkek címeiben például: Vitát váltott ki az országos tesztelés terve, *Új Szó*, 2020. X. 20., 1. o.; Általános szűrés helyett már az országos lezárás sem kizárt / Napok óta az országos tesztelés a téma, de lehet, hogy végül meg sem valósul, *Új Szó*, 2020. X. 22., 1. o.; Mától kijárási tilalom van, elkezdődött az átfogó tesztelés – A temetőlátogatásra is vonatkozik a kijárási tilalom, hangsúlyozta Igor Matovič miniszterelnök, *Új Szó*, 2020. X. 24–25., 1. o.

26 Čaputová: Nem önkéntes a tesztelés, ha fenyegetnek / Az AKO felmérése szerint a megkérdezettek 44,4%-a biztosan részt venne a tesztelésen, *Új Szó*, 2020. X. 21., 1. o.; Jó üzlet? - Micsoda gonoszság önkéntesnek nevezni a szintiszta zsarolást, *Új Szó*, 2020. X. 26., 7. o.; A negatív koronavírusesztről lesz a szabad mozgás záloga – A kijárási korlátozás hétfőtől csak azokra vonatkozik, akik nem teszteltetik le magukat, *Új Szó*, 2020. X. 29., 1. o.

27 Čaputová és Matovič az utolsó percig vitázott a tesztelésről / Az államfő azt kérte, ne legyen büntetés a teszt kihagyásáért, a kormányfő estig nem reagált, *Új Szó*, 2020. X. 31., 1. o.

28 A félelem motívuma akkor a leghatásosabb, ha az üzenet 1. nagy ijedséget kelt; 2. tartalmaz kifejezett útmutatást a veszély elhárítására/csökkentésére; 3. az ajánlott cselekvést a befogadók a veszély elhárítására/csökkentésére alkalmasnak találják; 4. és elhiszik, hogy véghezvitelése *képesek*.” (Pratkanis & Aronson 1992: 129)

Irodalom

- Bajomi-Lázár Péter (2017): Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 18. évf. 4. sz. 61–79. o.
- Chabroň, Ignác (2020): *Riziko nákazy stále pretrváva. Neprestaňte sa chrániť aj naďalej!* [A fertőzésveszély még mindig fennáll. Továbbra is védekezzenek!] Slovenská technická univerzita v Bratislave. 2020. VI. 23., https://www.stuba.sk/sk/diani-na-stu/koronavirus-a-stu-vsetko-co-potrebuje-vediet/riziko-nakazy-stale-pretrvava.-neprestante-sa-chranit-aj-nadalej.html?page_id=13536.
- Kunczik, Michael (1995): *Základy masové komunikace* [A tömegtájékoztatás alapjai]. Praha: Karolinum.
- M. Renfro, Paul (2020): War Has Been the Governing Metaphor for Decades of American Life. This Pandemic Exposes Its Weaknesses, *Time*, <https://time.com/5821430/history-war-language/>.
- McQuail, Denis (2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Median SK (2021): Market & Media & Lifestyle – TGI, <https://www.median.sk/pdf/2021/ZS211SR.pdf>.
- Orosz Éva (2020): Kikényszeríthet-e változást a koronavírus-járvány a magyar egészségügy helyzetében? In: Fokasz Nikosz, Kiss Zsuzsanna & Vajda Júlia (szerk.): *Koronavírus idején*. e-book: Replika Alapítvány.
- Polyák Gábor, Szávai Petra & Urbán Ágnes (2019): A politikai tájékozódás mintázatai. *Médiakutató*, 20. évf. 2. sz. 63–80. o.
- Pratkanis, Anthony R. & Elliot Aronson (1992): *A rábeszélőgépj – élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével*. Budapest: AB OVO.
- Sandle, Paul (2020): UK government evokes wartime Blitz spirit for fight against coronavirus (ed. William Schomberg & Kirsten Donovan), *Reuters*, <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-britain-idUSL8N2B80B1>.

Abstract in English

In crisis: communication! Is communication in crisis? Slovakian public rhetoric during the pandemic from the perspective of the Hungarian-language daily newspaper Új Szó

The Covid-19 pandemic, caused by the SARS-CoV-2 coronavirus, reached Slovakia before the campaign period of the parliamentary elections. The intensity of the pandemic coverage by the Hungarian-language daily newspaper Új Szó was influenced by several factors such as the election campaign topics, unexpected election results and other relevant events for the Hungarian ethnic community, the new government's political priorities, scandals and pandemic control measures. The frequency of pandemic thematisation in the daily newspaper followed the curves of each Covid-19 wave in Slovakia. During the studied period, as a result of party-neutral journalism, the pandemic did not become a divisive political issue for Hungarians in Slovakia. The examined contents of Új Szó (editorials, opinion articles, caricatures, op-eds of the above mentioned newspaper) mostly relied on the linguistic and stylistic turns of Slovak political communication, its hidden messages, and the emerging 'war rhetoric' concerning the national testing.

Keywords: Covid-19, epidemic communication, media communication, New Word journal, pandemic, political communication, propaganda, public rhetoric, Slovakia, war rhetoric

N. Varagya Szilvia a pozsonyi Comeniu Egyetemen szerezte mesterdiplomáját zszurnalisztika, valamint magyar nyelv és irodalom szakon. Újságíróként, PR-menedzserként, miniszteri szóvivőként, vállalati kommunikációs vezetőként tevékenykedett, tíz hónapig a Robert Bosch Stiftung szakmai ösztöndíjasa volt a Német Szövetségi Kormány Információs és Sajtóhivatalában, valamint a Német Szövetségi Közlekedési, Építés- és Lakásügyi Minisztérium sajtóosztályán. Mintegy két évtizedes szakmai tapasztalatait az üzleti szférában tanácsadóként, valamint saját vállalkozásában kamatoztatja. PhD-jelölt, kutatási területe a közéleti retorika, valamint a magyar médianyelv Szlovákiában. Email: szilvia.varagya@gmail.com.

Zakinszky Toma Viktória

„Sajtóinformációk szerint”

Migránsok, menekültek és menedékkérők Magyarországon és Szerbiában

A Közel-Kelet, Észak-Afrika és Ázsia térségéből érkező migránsok, menekültek, menedékkérők 2015 óta egyértelműen meghatározták a régió országainak médiadiskurzusát. A média válságként tudósított a migrációról – gyakran elpolitizált, elfogult, túlságosan is leegyszerűsített hangnemben, valótlanságokkal vagy féligazságokkal tarkított beszámolóiban. Sok esetben szakmaitlanság, tudatlanság állt mindezek háttérében, a médiában dolgozók maguk sem ismerték a megfelelő szakkifejezéseket, a jelentésbeli különbségeket, a különböző kifejezések jogi következményeit. Mindemellett tagadhatatlan egyfajta szándékosság a sok esetben nem az újságírói etika szabályai szerint készített médiatudósítások tekintetében. Magyarország és Szerbia médiaszínterének elemzése a domináns medianarratívák, a tudósítási paradigmák felfedésére irányul. A két ország médiadiskurzusának komparatív elemzését indokolja, hogy mindkét ország az úgynevezett „balkáni útvonalon” helyezkedik el, ugyanakkor egyikük sem célország, és a kormányaik által a migránskérdés köré épített politikai diskurzus merőben eltérő. Összehasonlító elemzésünkben sajtótermékek tartalomelemzésének módszerét használtuk. Összesen hat hírportál anyagát vetettük össze 2016-tól 2019-ig: két magyarországi és négy szerbiai híroldalról van szó, az utóbbi hírportálok közül kettő vajdasági, egy pedig magyar nyelvű.

Kulcsszavak: diskurzuselemzés, Magyarország, média, menedékkérők, menekültek, migránsok, Szerbia, tartalomelemzés, Vajdaság, válság

Bevezetés

Közép- és Délkelet-Európában 2015 tavaszán ugrásszerűen megnőtt a médiaérdeklődés a migránskérdés iránt, hiszen ebben az időszakban érkezett meg az első nagyobb létszámú menekülthullám a térségbe, miután a veszélyes földközi-tengeri útvonal helyett egyre több migráló a biztonságosabb szárazföldi, úgynevezett „balkáni útvonalat” választotta. Összehasonlító elemzésünk a balkáni útvonal mentén két olyan szomszédos országra fókuszál, amely tranzitországnak számít, hiszen a migráló népesség nem szándékozott tartósan letelepedni a területükön. Ugyanakkor Magyarország az Európai Unió tagállamaként Szerbiához képest merőben eltérő politikai és biztonságpolitikai helyzetben találta magát, amikor 2015-ben a migráció tömegessé vált. Budapest indokoltnak látta egy határkerítés kiépítését, amellyel – ha nem is sikerült megállítania, de – más irányba terelte a migránsokat. Belgrád 2015-ben és az ezt követő időszakban egyaránt – amennyire csak tehetette – „szemet hunyt” az ország területén „mozgásban lévő” embertömegek felett, a „humánus európai szellemben” történő válságkezelés jegyében. Mindössze néhány alkalommal nyilatkozott a szerb politikai elit bíráló hangnemben Brüsszel álláspontjáról, és alapvetően igyekezett megmaradni a humanitárius narratívánál.

A médiafigyelem a válság kulminációját, illetve a balkáni útvonal lezárását követően a régió országaiban a menekültáradattal együtt lanyhult, kivéve Magyarországon, ahol a mesterségesen táplált és a médiadiskurzus segítségével fenntartott krízishelyzet oda vezetett, hogy több társadalom- és médiakutató szerint az országban morális pánik uralkodott el. Az általunk vizsgált, 2016-tól 2019-ig tartó négyéves időszakban a migráció intenzitása többször is változott, amit befolyásolt az egyes országok politikai állásfoglalása és a közel-keleti helyzet

– mindezek függvényében pedig változott a médiadiskurzus is. Így például Szerbiában 2017-től figyelhető meg a biztonsági narratíva erősödése, míg a 2016-tól 2019-ig terjedő időszakot egyfajta dichotómia jellemzi: a szerbiai sajtó a biztonsági és a humanitárius narratíva között egyensúlyozott.

Az említett négy éves időszakban tartalomelemzéssel két szerbiai országos internetes híroldal (RTS, Kurir), két szerbiai regionális (vajdasági) hírportál (Pannon RTV/magyar nyelvű, Vajdasági RTV/szerb nyelvű) és két magyarországi országos híroldal (Index, Origo) médiatermékeit elemeztük. A mintavétel időszakos és tematikus megfontolások alapján történt, a különböző médiumok közötti arányos képviseltséget szem előtt tartva. A szűkebb korpuszba összesen 720 médiatermék került be. A témával kapcsolatos médiatartalmak között hatalmas aránytalanságokat észleltünk a mennyiség terén a magyarországi, illetve a szerbiai médiumok között. Mélyinterjúk is készültek a témában vajdasági magyar, szerb és horvát nemzetiségű polgárokkal, köztük újságírókkal, humanitárius munkásokkal.¹

Kifejezések, állandósult szókapcsolatok, jelzők a migráló populációra

A Közel-Kelet térségéből Európába tartó emberek az európai országok médiadiskurzusában szerepelnek „migránsként”, „menekültként”, „menedékkérőként”. Egy-egy kifejezéshez más és más társadalmi kontextus, jogi következmény, értékítélet párosul. Több európai tanulmányban is rámutattak e kifejezések eltérő konnotációira, mind jogi, mind gazdasági, mind pedig szociális értelemben. A jelen tanulmányban mindezeket a kifejezéseket használjuk, részünkről az említett jelentésbeli mellézköngék nélkül, miután – amellet, hogy tisztában vagyunk e jelentéstöbbletek meglétével – témánk a sajtószövegek és -tartalmak elemzése, azok pedig igen tarkák, s amennyiben célunk mindezek egybegyűjtése, nem kerülhetünk el mindnek használatát. A leggyakrabban hallott kifejezés, a *migráns* szerepel tehát első helyen a jelen írásban is, de ez nem értékítéletet tükröz; sokkal inkább a valós médiadiskurzusra reflektál.

A különböző kifejezések használatakor fontos figyelembe venni a jogi következményeket, illetve a menekültek/migránsok jogi státusát. Az ENSZ Menekültügyi Főbiztosságának meghatározása szerint „a menekültek fegyveres konfliktus vagy üldözés elől menekülnek – és különleges védelem illeti őket a nemzetközi jog értelmében” (UNHCR 2016). Szintén a világszervezet definíciója alapján ezzel szemben

...a migránsok szabad akaratukból emigrálnak, nem közvetlen fenyegetés, üldözés vagy halálos veszély miatt, hanem hogy javítsanak saját életkörülményeiken, illetve jobb munkalehetőségeket keresve, oktatás, családgyejesítés vagy egyéb célból” (UNHCR 2016).

A migránsok különböző elnevezései nem pusztán szemantikai, jelentésbeli kategóriák: az egyik vagy a másik használata nem a „véletlen műve”, és legtöbb esetben nem (újságírói) tudatlanságon alapul, hanem a migráció és a migránsok iránti állásponton árulkodik (Crawley & Skleparis 2017). Az 1951-es ENSZ-egyezményben foglalt menekültdefiníció szerint a menekültek faji, vallási okok, nemzeti hovatartozás, illetve meghatározott társadalmi csoporthoz való tartozás, avagy politikai meggyőződés miatti üldözéstől való megalapozott félelem miatt az állampolgárságuk szerinti országon kívül tartózkodnak, és nem tudják vagy az üldözéstől való félelmükben nem kívánják annak az országnak a védelmét igénybe venni, vagy oda visszatérni (Jakusné Harnos 2017: 163).

A terminológiai különbségek és a különböző kifejezések nehezen rendszerbe foglalható használata jellemzi mind a politikai, mind a médiadiskurzust. A migránsok túlnyomó részére a „menekült” kifejezés lenne a helytálló, márpedig ez a fogalom egyre kisebb mértékben van használatban. Az újságírók tudatlansága mellett önhatalmú szóértelmezés, sőt ideológiai megosztottság is okozója a kifejezések kakofóniájának. A különbségtétel menekült és migráns között abból a feltételezésből ered, hogy a menekültek okkal menekülnek, de vannak olyanok is, akiknek jötte „nem igazolt”. Több kutató hasonlóképpen indokolatlannak tartja az Európa-szerte széles körben

1 A kutatás során 18 félig strukturált mélyinterjút készítettünk vajdasági magyarokkal, szerbekkel és horvátokkal.

elterjedt migránsválság kifejezést, amely csak arra szolgál, hogy az európai országok megkerüljék a nemzetközi egyezmények alapján rájuk háruló felelősséget a menekültek befogadása terén (Drašković & Kleut 2017: 2).

Nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt sem, hogy a „migráns” szónak a különböző nyelvekben különböző konnotációi alakultak ki. Így például a szerb nyelvben jelentéstartalma semlegesnek mondható, és a „menekülttel” szemben sokkal elterjedtebb a használata, mivel a délszláv háborúk idején a környező tagköz-társaságokból érkezett etnikai szerbek már „lefoglalták” a „menekült” (*izbeglica*) kifejezést, így amennyiben a szerb médiában „menekültekről” van szó, az az említett szerb menekültekre vonatkozik. A migránsok a szerb médiadiskurzusban az újabb keletű bevándorlási hullám vándorai. A bevándorló kifejezés egyébként ugyan ebben a médiadiskurzusban az általunk vizsgált migráció kontextusában szinte egyáltalán nincs, vagy csak elvétve van jelen.

Az egységes terminológia hiányát jelzi, hogy Szerbiában rendkívül tarka a paletta, hiszen a „migráns”, a „menedékkérő”, a „menekült”, a „bevándorló”, az „illegális migráns”, az „emigráns” mind megjelenik a médiában, de mindezek felett egyértelműen a „migráns” kifejezés a legelterjedtebb, a „menekültet” fele annyi esetben sem használták (Aracki 2016). Zoran Aracki a „migráns” kifejezést személytelennek nevezi, de sehol sem történik említés arról, hogy a szónak negatív jelentéstartalma lenne.

A nemzetközi sajtóban a „migráns” és a „bevándorló” kifejezések a gazdasági veszélyforrást „keretezik” (Baker et al. 2008), míg a „menekültek” és a „menedékkérők” a gazdasági terhekhez, illetve a szociális juttatásokhoz köthetők (Eberl et al 2018: 6). Az ilyen *framing* biztonsági értelemben vett konfúziót idéz elő, ami válsághelyzetben a rendszer egészének stabilitását fenyegeti (Aracki 2016).

A Magyar Tudományos Akadémia kiadványában található definíció szerint a „menedékkérő” az a külföldi, aki átadta menedékkérelmét, de ügyében még nem született jogerős döntés (Török 2015). Sok esetben a „menekült” nem csupán jogi státust jelöl, hanem élethelyzetre is utal. Ilyen értelemben mind a „menekültek”, mind a „menedékkérők” a migránsok csoportján belül meghatározott, különleges státussal rendelkező egyének, míg a „migránstra” gyűjtőnévként tekinthetünk, amelybe belefér minden olyan egyén, aki három hónapnál tovább szeretne egy másik (esetünkben európai uniós) országban tartózkodni, sok esetben pedig az említett tartózkodási időtartam sem mérvadó (Török 2015: 10).

A magyar nyelvben meghonosodtak az olyan szókapcsolatok, mint például a „megélhetési bevándorló”, s ez a kategória egyértelműen negatív kontextusban használatos, hasonlóan a „megélhetési bűnöző” és a „megélhetési gyermekvállalás” szókapcsolatokhoz (Bernáth & Messing 2016: 9). Szintén a magyar szóhasználatban a legelterjedtebb jelző az „illegális”, amely a médiában gyakran párosul a migráns és a bevándorló fogalmakhoz (Sík & Simonovits, 2018). Ami a kifejezések érzelmi töltetét illeti: a „menekült” együttérzést vált ki, arra készíti az embert, segítsen, míg a „migráns” idegen szó, nem ösztönöz közösségvállalásra (Erős 2019). Emellett a magyar nyelvben a „migráns” szitokszóvá vált, vagyis ha valakire azt mondjuk migráns, azt rendkívül pejoratív értelemben tesszük. Ilyen értelemben a migráció kontextusán kívül is használatos, ezt interjúalanyaink közül többen is megerősítették.

Magyarországon továbbá megfigyelhető az a trend, hogy 2015–16-ban még a „menekült” kifejezés dominált, és fokozatosan veszített erejéből egészen 2018-ig. A „bevándorló” és a „bevándorlás” fogalmak 2017-től kerülnek be egyre erőteljesebben a magyar médiadiskurzusba, a „migráció” kifejezés használata pedig a válság előre haladtával egyre gyakoribbá vált. A „menekült” kifejezés az ellenzéki sajtóban kifejezettebb, a kormány média viszont a „migráns” és a „bevándorló” mellett teszi le voksát (Sík & Simonovits 2018: 22).

Az általunk vizsgált korpuszban a „migráns” szó a legnagyobb arányban a Pannon RTV oldalán szerepelt (108 alkalommal), ezt követi a Kurir. A második leggyakoribb kifejezés a „menekült”, amelyet a leggyakrabban az Index használt (35 médiatermékben), a Vajdasági RTV szerb nyelvű honlapján pedig 27 médiatermékben jelent meg. A „bevándorló” a Pannon, az Origo és az Index oldalán szerepel a legtöbbször, ami a magyar nyelvű média egymásra hatását jelzi.

A regionális média általában az országos médiából veszi azokat a nyelvi mintákat, amelyek meghatározzák a tudósítások nyelvezetét. Ilyen értelemben a Pannon RTV a magyarországi mintára használja a „bevándorló” kifejezést, amelynek megfelelője a szerb nyelvű médiában (*imigrant*) nem használatos a közel-keleti migráció kontextusában.

Összehasonlító tartalomelemzés

Kvalitatív-kvantitatív tartalomelemzést végeztünk, Neuendorf integrált módszerét alkalmazva, mintegy 720 médiatermék bevonásával, hat különböző internetes híroldalon Magyarországon (Origo, Index), Szerbiában (RTS, Kurir) és ezen belül a Vajdaságban (Pannon RTV, Vajdasági RTV). Az általunk választott magyar és szerb nyelvű hírportálok között volt országos és regionális, közszolgálati és kereskedelmi. A mintavétel szerint márciusi és júliusi sajtóhíreket elemeztünk, tekintettel a migráció nagyobb intenzitására ezekben az időszakokban. Magyar oldalon szűkíteniünk kellett a hírmennyiséget, mivel hatalmas aszimmetria mutatkozott a magyarországi és a szerbiai médiumok között a migráció témájával foglalkozó médiatermékek számát tekintve. A rekorder az Origo volt, amelyen 2018 márciusában összesen 336 médiatermék foglalkozott a témával. A szerbiai médiumokban a havi átlag 20–25 médiatermék volt a vizsgált periódusban.

A korpuszból látható, hogy a migránsválságot változó médiafigyelem övezte a vizsgált időszakban, de a magyarországi média általánosságban összehasonlíthatatlanul nagyobb figyelmet fordított a témára, mint a szerbiai. Szerbiában a bulvársajtó és a regionális média sem foglalkozott különösebben a válsággal a 2016-os balkáni útvonal-lezárást követően, s a legtöbb témával kapcsolatos tartalom a szerbiai országos közszolgálati média híroldalán volt található. Magyarországon a kormányt támogató sajtó nagyobb, a kormánnyal szemben kritikus Index kisebb mértékben foglalkozott a kérdéssel. A vajdasági regionális sajtó tekintetében nincsenek különbségek a szerb és a magyar nyelvű médiumok között a sajtótermékek mennyisége terén. A Pannon RTV-n nem jelent meg több migrációval kapcsolatos tudósítás, mint a Vajdasági RTV honlapján, pedig az előbbi a magyarországi közmédia számára is rendszeresen gyártott a témával kapcsolatos tartalmakat. Ezek szerint a Magyarországra gyártott tartalmak nem jelentek meg minden alkalommal a Pannon RTV honlapján, amit az általunk megkérdezett újságírók is alátámasztottak.²

Magyarországon a kormány migrációellenes kampányában szinte minden médium részt vett, és csak nagyon kevés, a kormánypolitikával szemben kritikus álláspontra helyezkedő médium nem adta meg a kívánt publicitást a kérdésben a kormánynak. Szerbiában a közszolgálati és a kereskedelmi média hasonlóképpen „támogatta” a kormány hivatalos állásfoglalását a migránsokkal kapcsolatban, ám ez a magyar kormányétól jelentős mértékben különbözött, és mindvégig a válság humanitárius aspektusára épített. A bulvársajtóban ugyanakkor esetenként megjelentek szenzációhajhász és sztereotípiákon alapuló médiatermékek is a migránsokról.

A másik szembeötlő eltérés a két ország médiadiskurzusa között az, hogy Magyarországon a migránskérdést egyértelműen politikai célokra használták fel a 2018-as és 2019-es választásokat megelőző időszakban, amit alátámasztott az említett két évben márciusban közölt médiatermékek tartalomelemzése is. Szerbiában ez nem volt jellemző a vizsgált periódusban, ugyanakkor a migránsválság kapcsán a pozitív országimázs építése markánsan megjelent a mediadiskurzusban. Eszerint Szerbia „jobb” és „humánusabb” ország a környező államoknál, sőt magánál az Európai Uniónál is, amit a migránsválság során több tekintetben is bizonyított.

Szerbiában a bulvársajtó már említett, szenzációhajhász megnyilatkozásaira a közvélemény részéről egyaránt érkezett pozitív és negatív reakció, viszont a szerbiai médiából teljességgel hiányzik a migránstéma analitikus megközelítése. A rövid, tényközlő műfajok vannak túlsúlyban: a hír és a tudósítás. Interjú és riport csak esetenként jelenik meg a vizsgált korpuszban. A RTS, a szerb országos közszolgálati média híroldalán a médiatermékek több mint felét (52 %) hírek, egyharmadát pedig (36 %) tudósítások alkotják. A vizsgált médiatermékek között mindössze 6 interjú (5 %), 7 riport (6 %) és egy kommentár (0,9 %) volt. A Kurir hírportálon az arányok hasonlóképpen alakultak: hírek (56 %), tudósítások (37 %), interjúk (2,5 %), riportok (2,5 %) és kommentárok (2,5 %).

Magyarországon az Index oldalán jelentek meg elemző cikkek, amelyekben a kormány migráció(ellene)s politikáját értékelik, és ezek a cikkek nem mentesek a bírálattól. Hasonlóképpen elemez a kormány sajtó is, csak a kormányt támogató tartalmakat közvetítve, olyan „szakértői interjúkkal”, amelyek a kormány politikájának megfelelő elemzők és politikusok, történészek, szociológusok szakvéleményének adnak teret. Ezt példázza például Fodor G. Gáborral készült interjú, amelyben megállapítják, hogy a migránsok a baloldal szavazóivá

2 Interjúalanyaink között volt négy újságíró és két humanitárius dolgozó is.

válhatnak³ – ilyenekkel és hasonlókkal mozgósították a jobboldali szavazókat az európai parlamenti választások előtt. Egy francia politológus azt ecseteli egy interjúban, hogyan működik a rendszer, amelyben a dúsgazdag mágnások a civilszervezeteket használják fel saját céljaik elérésére.⁴

Negatív politikai és médiakampány folyt Soros György üzletember ellen, aki a médiában is gyakran ismételt állítások szerint a migráció egyik fő szervezője volt, összeköttetésben az Európai Bizottsággal, a saját érdekeit követve, a keresztény európai értékekkel szembemelve. Ez a narratíva egyáltalán nem ismert a szerbiai polgárok előtt, ugyanakkor a vajdasági magyar nyelvű médián keresztül eljutott azokhoz az emberekhez, akik követik a magyarországi sajtót, amit az általunk megkérdezettek is több ízben alátámasztottak.

Ugyanakkor az ellenzéki sajtóban megjelent elemző cikkek „nem létező válságról” szólnak, és a migráció tekintetében a kormányt bírálják, amiért nem következetes a migrációs politika tekintetében. Az Index egy ízben arról ír, hogy az ENSZ szerint a migrációs válsághelyzet hamis, és maga a kormány importálja a migránsokat.⁵ A cikkben ugyanakkor nem közel-keleti, hanem szerbiai és ukrainai „migránsokról” van szó.

A humanitárius narratíva, amely oly hangsúlyosan jelen van a szerbiai sajtóban, a magyarországi kormánypárti médiában egyáltalán nincs meg, épp ellenkezőleg: a sajtóinformációk a humánus hozzáállás negatív következményeit taglalják a megengedő migrációs politikát folytató nyugati országokban. Az Index érint ugyan humanitárius témákat, de itt sem ez a narratíva áll a médiatudósítások fókuszában.

Vajdaság a tartományban élő őshonos magyar nemzeti kisebbség révén kulturális értelemben és a médián keresztül is élő kapcsolatban áll Magyarországgal. Ezt a tartomány médiadiskurzusa is alátámasztja – migránskérdésben is, ugyanis a Vajdaság északi és nyugati határainál élők a saját bőrükön tapasztalták a migránsok jelenlétét, míg mondjuk Belgrádon kívül Szerbia központi részein vagy akár a Vajdaság délebbi részein élők sem érzékelték közvetlenül a migrációs válság következményeit. A vajdasági médiumok így egészen más perspektívából tudósítanak a témában, mint az országos sajtó, hiszen közelebb állnak a helyiek mindennapjaihoz, mint az erősen központosított országos média. A Pannon RTV a magyarországi médiához mérten mérsékelt hangnemben tudósított a migránsválságról, a humanitárius diskurzus pedig a Vajdasági RTV-n még kifejezettebb, mint az országos közszolgálati televíziónál.

A szereplők tekintetében Szerbiában a politikusok, az állami szervek és a rendőrség, valamint a hadsereg képviselői kapták a leghangsúlyosabb szerepet a migránsválság kapcsán. A biztonsági narratíva erősödésével együtt a biztonsági erők, tehát a katonaság és a rendőrség médiaszereplése is gyakoribbá vált. Magyarországon annyiban más a helyzet, hogy a magyarországi médiában mindvégig a politikusok a főszereplői a migrációról szóló médiabeszámolóknak, őket a biztonsági erők követik. Különösen hangsúlyos szerep jut a politikának a választások idején, illetve a két választást megelőző időszakban. A migránsok és a menekültek a vajdasági médiumokban jutnak a leginkább szóhoz, habár itt is sorrendben csak a politikusok és a rendőrök, valamint a civil lakosság után következnek. A szerbiai regionális médiában egyrészt megfigyelhető, hogy a Vajdasági RTV kicsit több figyelmet fordít a humanitárius szervezetekre, a Pannon RTV pedig a helyi lakosságot szólaltatja meg többször, mint a többi vizsgált médium.

Magyarországon a médiadiskurzusban túlnyomórészt biztonsági kérdésként kezelik a migrációs helyzetet. 2016-ban a médiatermékek 73 százaléka foglalkozott a téma ezen aspektusával, 2017-ben ez az arány 50 százalékra csökkent, majd 2018-ban ismét növekedett (68 %), és 2019-ben is a médiatermékek több mint felében (57 %) a migráció biztonsági vonatkozásait feszegették. Ebbe a kategóriába soroltuk a bűncselekményeket, az országhatár-védelemmel kapcsolatos tudósításokat, a migráció hozta potenciális veszélyeket, és ide sorolható a terrorizmus kérdésköre is. A magyarországi polgár rettegése a biztonsági helyzet romlása miatt, a különböző betegségektől, a nők védelme – mindez felvetődik a biztonság témakörén belül. A terrorizmusról szóló összeesküvés-elméletek része Brüsszel is, illetve az EU vezető szervei.

Szerbiában a terrorizmus témája nem volt jellemző a migráció kapcsán, viszont az olyan, a migránsokhoz köthető bűn- és erőszakcselekmények annál inkább, amelyek a bulvársajtóra jellemzőek, s a legtöbb esetben a migránsok közötti leszámolásokról, illetve üres házak, hétfégi házak feltöréséről, különböző szántóföldi

3 Demográfiai háború folyik, *Origó*, 2019. III. 1.

4 Francia politológus: Hogyan használják a Soros-szervezetek a migrációt a nemzeti identitás rombolására, *Origó*, 2019. VII. 26.

5 *Index*, 2019. VIII. 18.

veteményekben és gyümölcsösökben esett károkról szóltak. Ilyen értelemben a Pannon RTV honlapján megjelent médiatermékek több mint háromnegyede (77,5 %) biztonsági kérdésekkel foglalkozik.

A gazdasági és a szociális helyzet romlása Szerbiában kevésbé kötődik a médiában a migrációhoz, mint a célországokban, hiszen itt a legtöbb esetben nem merül fel a migránsok tartós maradásának lehetősége (bár volt erre is példa, amire már a korábbiakban utaltam). Noha Magyarország sem célország, a gazdasági és a szociális bizonytalanság gyakrabban megjelenik, főleg a választási kampány részeként.

Magyarországon szintén markáns narratíva az ország mint az európai keresztény értékek védőbástyája. E diskurzus keretein belül születtek olyan médiaüzenetek, amelyek a migránsok sikertelen németországi integrációjáról szóltak; ilyenek voltak a különböző fontos társadalmi pozíciók migránsok általi elhódítása, a migránsgettők és a no-go zónák stb. A kulturális és vallási értelemben vett *image*-rombolás egészen a higiéniai fertő, a piszkosság és az értelmi alacsonyabbrendűség hangsúlyozásáig terjed. A migránsok számbeli fölényére utaló metaforák pedig (migránsáradat, menekültáradat) a demográfiai fenyegetettség érzetét keltik. Az utóbbtól nem mentes a szerbiai médiaszíntér sem.

A szövegek tónusát, érzelmi színezetét illetően elmondható, hogy a magyarországi médiadiskurzus szinte teljesen nélkülözi a pozitív tónust. Semleges hangnemet ütnek meg ugyan az Index újságírói, de az alany és a tárgy, tehát a tudósítások aktív és passzív szereplői között szinte mindig negatív a viszony. A semleges hangnem dominál a szerbiai sajtóban is, ami az újságírókat illeti, és a humanitárius narratíva részeként felfedezhetők a pozitív viszonyulás jelei a médiaszövegekben, de azért itt is megjelenik a negatív hangnem.

Mindkét országban a rövid, tényközlő műfajok vannak túlsúlyban. A hírek a médiatartalmak felét (50,6 %), a tudósítások egyharmadát (34,6 %) teszik ki. Az Index kivételével, amely tartalmainak 18,3 százalékát elemző cikkeknek szentelte a témában, az összes többi médiumban elenyésző az elemző cikkek aránya a tényközlőkkel szemben. Az interjú is ritkának számít (2,3 %). A legtöbb esetben a szöveg mellé kép, illusztráció vagy valamilyen egyéb anyag (videó) társul. A migránsokat ábrázoló vizuális anyagokon mindig nagyobb csoportok szerepelnek, általában távolról fényképezve, ritkán lehet közről látni az arcukat. Magyarországon a nők és a gyermekek csak olyan képeken szerepelnek, amelyek külföldi hírekre vonatkoznak, Szerbiában sajtófényképek készültek a nőkről és a gyermekekről is. A magyarországi sajtóban gyakori fényképtéma a kerítés, a szögesdrót.

2019-ben éles váltás figyelhető meg az Európai Unió migrációs politikájában, amikor nyíltan beismerik, hogy a nyugat-balkáni útvonal nincs lezárva, és a brüsszeli sajtótájékoztatókon további „migrációs nyomásról” és „veszélyeztetett uniós államhatárokról” beszélnek.⁶ Nem sokkal az említett beismerést követően Brüsszel megerősíti a külső határainak védelmét.⁷ Miközben Magyarország tovább vívja migrációellenes harcát Brüsszelben,⁸ néhol már megjelennek olyan sajtóinformációk, amelyek szerint Brüsszel és Budapest között „dúl a szerelem”,⁹ hiszen Európa migrációs politikája megिंगott.

Szerbia és Magyarország viszonya migrációs kérdésekben elég nehezen értelmezhető, hiszen nyílt konfliktus e tekintetben nem volt Belgrád és Budapest között, ugyanakkor a két ország migrációs kérdésekben való állásfoglalása köszönőviszonyban sincs egymással. Abban is nagy különbségek mutatkoznak, ahogyan a két ország a válságot kezelte, illetve a menekültek/migránsok iránti bánásmódban is lényeges eltérés volt a vizsgált időszakban. Szerbiában a befogadóközpontok mindvégig nyitottak maradtak a migránsok előtt, tehát garantált volt a mozgásszabadságuk.

Volt példa arra is, hogy Szerbia a migránsok jogainak megsértésével vádolta Magyarországot.¹⁰ Vitás kérdések merültek fel a határvédelem és a menedékkérők, illetve a menekültek, migránsok befogadását illetően is, ami a médiadiskurzusban is megjelent¹¹ – vegyük példának Nenad Ivanišević szerb szociálisügyi államtitkár megnyilatkozását, miszerint nagy problémát jelent a szerbiai állami szervek számára, hogy nem tudják, Magyarország pontosan milyen kritériumok alapján hagyja jóvá a menedékkérelmeket.¹² A két ország közötti megnemértés

6 RTS, 2019. III. 14.

7 Index, 2019. III. 28.

8 Orbán Viktor: Megtámadtak bennünket a migrációpárti politikusok, *Pannon*, 2019. III. 8.

9 RTS, 2019. III. 1.

10 Index, 2016. VII. 7.

11 Magyarország jogosan toloncolta vissza Szerbiában a pakisztáni menekültet, *Index*, 2016. III. 17.

12 RTS, 2016. VII. 21.

azonban csupán a vizsgált időszak elejére korlátozódott. A későbbi években már nem találunk a fentiekhez hasonló sajtójelentéseket.

A Pannon RTV a magyarországi és a szerbiai Kelebián készített riportja szerint Magyarországon a határmenti település lakosai nagyobb biztonságban érzik magukat, mint a szerbiai oldalon élők, mert a magyar oldalon minden lakosra jut egy fegyveres katona.¹³ A szöveg szereplői a két település önkormányzati vezetői és a helyi lakosok. A szerbiai Kelebián az emberek nem érzik magukat biztonságban, mert az illetékes szervek nem ellenőrzik a migránsok mozgását a határ mentén, ahogyan azt magyarországi kollégáik teszik. Az említett riport azt példázza, hogyan térhet el lokális szinten a „politika” az ország hivatalos álláspontjától a migránskérdésben (is). Hasonló volt a helyzet Magyarországon, ahol a lakosok (más szerbiai polgárokkal ellentétben) örültek a határkerítésnek, mert az „elzavarta” a migránsokat a határ menti község területéről.¹⁴

Ami Szerbia és Magyarország viszonyát, együttműködését illeti a migránsválság során, ez leginkább a regionális, helyi és tartományi (vajdasági) közszolgálati médiában kap figyelmet. Tulajdonképpen operatív feladatok megoldásáról szólnak ezek a médiabeszámolók, a határvédelem területén.

Következtetések

Közép- és Délkelet-Európában 2015 tavaszán, a balkáni útvonal kialakulását követően ugrásszerűen megnőtt a térségbe érkező migráló népesség száma, s ezzel együtt a migráció iránti médiaérdeklődés is. A Közel-Keletről, Észak-Afrikából és Ázsiából induló tömeges migráció nyomán az európai államok egyre inkább „migránsválságról” beszéltek. Ugyanezen év szeptemberében megépült a kerítés Magyarország és Szerbia országhatárán, 2016 tavaszán pedig Brüsszelben bejelentették a balkáni útvonal lezárását. Ezek után jelentős mértékben csökkent a migránsok, menekültek, menedékkérők száma a balkáni útvonalon, s a médiaérdeklődés is. Kivételt ez alól csupán Magyarország jelentett, ahol a „migránskérdés” továbbra is előkelő helyet foglalt el az ország médiadiskurzusában, s különösen hangsúlyossá vált a 2018-as parlamenti és a 2019-es európai parlamenti választásokat megelőző időszakban.

Összehasonlító elemzésünkben a szerbiai és a magyarországi médiadiskurzust vetettük össze, mivel a két országban számos hasonló körülmény adódott a migránsválság kapcsán, ugyanakkor lényegi különbségekkel is számolni kellett. Mindkét ország a nyugat-balkáni útvonal mentén helyezkedik el, úgynevezett „tranzitország”, kormányaik mégis egymással ellentétes módon kezelték a migránsválságot. Míg Magyarország az Európai Unió külső bástyájának mutatta magát, Szerbia humanitárius kérdésként kezelte a migránshelyzetet, s mint egy rossz összeesküvés-elmélet főszereplője, igyekezett pozitív országimázst építeni, kiemelve saját humánus politikáját, amellyel „leelőzte” minden térségbeli államot.

A politikai diskurzusban mutatkozó különbségek tükröződnek a médiadiskurzusban is. A 720 médiatermékből álló korpusz összehasonlító tartalomelemzése szerint maga a szóhasználat is eltérő volt a két országban. A „migráns” szóból szitokszó lett Magyarországon, míg Szerbiában semleges a jelentéstartalma. A „menekült” kifejezést a vizsgált időszakban (2016 és 2019 között) kezdetben gyakrabban használták a magyar médiában, a szerb médiában mindvégig mellőzték, s hasonló a helyzet a „bevándorló” kifejezéssel. Mindkét országban a médiatermékek főszereplői a politikusok, majd a biztonsági erők. A migránsok csak a regionális médiában jutnak szóhoz, az országosban nem. Szerbiában létezik egy markáns humanitárius narratíva, amely szinte teljességgel kimarad a magyar médiadiskurzusból – innen a szövegek negatív intonációja is. Mindkét országban a biztonság az első számú téma, s a tényközlő műfajok dominálnak a migránsokról szóló médiatermékekben. Az utóbbi különösen érvényes Szerbiában, ahol migránskérdésben egyáltalán nincs jelen az analitikus megközelítés a sajtóban. A két ország viszonya a médiadiskurzus alapján (is) nehezen értékelhető, ugyanis nincs nyílt konfliktus, viszont megtörtént, hogy megnemértésről tanúskodtak a médiajelentések, illetve kölcsönös vádakra is volt példa a migránsválság kezelése, a menekültekkel szembeni bánásmód és a menedékkérők jogi védelme terén.

13 Pannon RTV, 2017. III. 9.

14 Magyarországi alany interjúja alapján (kód: G12).

Irodalom

- Aracki, Zoran (2016): Medijski diskurs izbeglištva. [A menekültkérdés médiadiskurzusa]. *Kultura polisa. Kultura – Polis Novi Sad*, no. 31, pp. 45–55.
- Bajomi-Lázár Péter (2018): Migráció és média Közép/Kelet-Európa uniós tagállamaiban. *Médiakutató*, 19. évf. 3–4. sz. 63–88. o.
- Baker, Paul, Costas, Gabrielatos, Majid, Khosravini, Michal, Krziz Anovski, Tony, Mcenery & Ruth, Wodak (2008): A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. *Discourse and Society*, vol. 19, no. 3, pp. 273–306.
- Baldwin-Edwards, Martin, Brad K., Blitz & Heaven, Crawley (2018): The politics of evidence-based policy in Europe's 'migration crisis'. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 45, Special Issue: Against the evidence: Europe's migration challenge and failure to protect, pp. 2139–2155.
- Bernáth Gábor & Messing Vera (2015): Bedarálva. A menekültekkel kapcsolatos kormányzati kampány és a tőle független megszólalás terepei. *Médiakutató*, 16. évf. 4. sz. 7–17. o.
- Berry, Mike, Inaki, Garcia-Blanco & Kerry, Moore (2016): *Press coverage of the refugee and migrant crisis in the EU: a content analysis of five European countries*, <http://orca.cf.ac.uk/>.
- Carvalho, Annabella (2008): Media(ted) Discourse and Society: Rethinking the Framework of Critical Discourse Analysis. *Journalism Studies*, vol. 9, no. 2, pp. 161–177.
- Chouliaraki, Lilie, Myria, Georgiou & Rafal, Zaborowski (2017): *The European "migration crisis" and the media: A cross-European press content analysis*. London: The London School of Economics and Political Science.
- Crawley, Heaven & Dimitris, Skleparis (2017): Refugees, migrants, neither, both: categorical fetishism and the politics of bounding in Europe's 'migration crisis'. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 44, no. 1, pp. 48–64.
- Dražković, Brankica & Jelena, Kleut (2017): Vizuelne reprezentacije izbeglica na „Blakanskoj ruti“ u medijima u Srbiji. [A „balkáni útvonál” menekültjeinek vizuális ábrázolása a szerbiai médiában]. *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду*, Књига ХЛП-2, pp. 29–39.
- Eberl, Jakob-Moritz, Christine, Meltzer, Tobias, Heidenreich, Beatrice, Herrero, Nora, Theorin, Fabienne, Lind, Rosa, Berganza, Hajo, Boomgaarden, Christian, Schemer & Jesper, Strömbäck (2018): The European media discourse on immigration and its effects: a literature review. *Annals of the International Communication Association*, DOI: 10.1080/23808985.2018.1497452.
- Elridge, John (1993): News, truth and power. In: John Elridge (ed.): *Getting the Message: News, truth and power*, pp. 3–29. London & New York: Routledge.
- Entman, Robert Mathew (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, pp. 51–58.
- Erős Ferenc (2019): Migránsok, menekültek, idegenek. Társadalomlélektani megfontolások és kérdések a menekültválságról. *IMÁGÓ Budapest*, 8. évf. 1. sz. 24–37. o.
- Hall, Stuart (1980): Encoding/Decoding. In: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe & Paul Willis (eds.): *Culture, Media, Language*, pp. 117–128. London: Routledge.
- Jakusné Harnos Éva (2002): A nyomtatott sajtó hírei a diskurzuselemzés szemszögéből. *Magyar Nyelvőr*, 126. évf. 142–156. o.
- Jevtović, Zoran & Predrag, Bajić (2017): Промена комуникационе парадигме у извештавању о мигрантима у дневној штампи Србије. [Kommunikációs paradigmaváltás a migránsokról szóló tudósításokban a szerbiai napi sajtóban]. Деспотовић, Љубиша & Александар Гајић (ед.) *Култура безбедности: мигрантске кризе, стање, перспективе, ризици* [A biztonság kultúrája: migránsválság, kilátások, kockázatok], стр. pp. 221–239. Нови Сад: Култура Полис.
- Jevtović, Zoran & Predrag, Bajić (2018): Slika o migrantima u diskursu dnevne štampe. [A migránsokról alkotott kép a napi sajtó diskurzusában]. In: Zoran Lutovac & Slobodan Mrđa (ed.): *Savremene migracije i društveni razvoj: Interdisciplinarna perspektiva* [Kortárs migrációk és társadalmi fejlődés: Interdiszciplináris megközelítésben], pp. 97–107. Niš: Unigraf.
- Juhász Attila, Molnár Csaba & Zgut Edit (2017): *Migráció és menekültügy Magyarországon*. Budapest: Political Capital.

- Kiss Judit (2019): Tényekkel a migrációs tévhitek ellen. *Magyar Tudomány*, 180. évf. 1. sz. 53–66. o.
- Neuendorf, Kimberly (2016): *The Content Analysis Guidebook*. CA: Sage.
- Philo, Greg, Emma Briant & Pauline Donald (2013): *Bad News for Refugees*. London: Pluto Press.
- Sík Endre, Simonovits Bori & Szeidl Blanka (2016): Az idegenellenesség alakulása és a bevándorlással kapcsolatos félelmek Magyarországon és a visegrádi országokban. *Regio*, 24. évf. 2. sz. 81–108. o.
- Sík Endre & Barlai Melani (2017): A Hungarian Trademark (a “Hungarikum”): the Moral Panic Button East. *European Journal of Society and Politics*, vol. 3, no. 1, pp. 120–146.
- Sík Endre & Simonovits Bori (2018): *The first results of the content analysis of the media in the course of migration crisis in Hungary*. Budapest: Tárki Social Research Institute & ELTE Faculty of Education and Psychology.
- Török Ádám & Csuka Gyöngyi, szerk. (2015): *Az Európába irányuló és 2015-től felgyorsult migráció tényezői, irányai és kilátásai*. Budapest: MTA.
- Van Dijk, Teun, A. (1988): *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Abstract in English

“According to press information.” Migrants, refugees and asylum seekers in Hungary and in Serbia

Migration from the Middle East, North Africa and Asia and the migration crisis got into the focus of media reporting in Central and South-East Europe after the spring of 2015 when the largest wave of migrants arrived into the region, and the topic of migration has remained a major issue in the media all around Europe until to date. It has been more or less intense, politicised, biased, over-simplified or overtly full of disinformation. In most cases, this is explained by pure ignorance, but a deliberate use of lies can also be detected. Sometimes journalists/reporters were unfamiliar with the correct terms and phrases, while sometimes there were no appropriate definitions. Using a comparative method, this paper offers a discourse analysis of Hungarian and Serbian national and regional media. These two countries are both on the ‘West-Balkan route,’ both are transit countries, not destination for migrants. However, they are in different political positions: Hungary being an EU member state, and Serbia wishing to become one. The focus of this research is on the comparative analysis of media discourses between 2016 and 2019 in Hungary and Serbia.

Keywords: asylum seekers, content analysis, crisis, discourse, Hungary, media, migrants, refugees, Serbia, Vojvodina

Zakinszky Toma Viktória a szabadkai Magyar Tannyelvű Tanítóképző Kar Magyar Nyelv és Kommunikáció tanszékén segédtanár, az Újvidéki Egyetem Bölcsészkarának doktorandusz hallgatója, 2021. júniusában sikeresen védte meg doktori disszertációját Szerbia és Magyarország a migránsválságot övező médiadiskurzusának összehasonlító elemzésének témájában a 2016–2019-es időszakra vonatkozóan. Kutatási területe a kisebbségi média, a migráció témája a médiában és a közönségkutatás. Alapfokú egyetemi diplomát az Újvidéki Egyetem Bölcsészkarának Anglisztika tanszékén, mesterfokú diplomát a Közép-európai Egyetem (CEU) Nacionalizmus Tanulmányok szakán szerzett. Újságíróként és szerkesztő-riporterként is dolgozott több vajdasági magyar nyelvű médiumban (Vajdasági RTV, Radio 021, Vajdaság Ma, Pannon RTV). Külső munkatársként dolgozott az Újvidéki Rádióknak és a Családi Körnek is. Tanulmányai, tudományos munkái magyarul, szerbül és angolul jelentek meg. Fordítóként is tevékenykedik, több gyermekkönyv szerzője. Email: tomaviki80@gmail.com

Tófalvy Tamás

Lehet-e folyamatos válságban az újságírás?

A technológiától a szakmai normákig – és vissza¹

Ha elmélyedünk az újságírás történetének szakmai diskurzusaiban, azt figyelhetjük meg, hogy a szakma éppen aktuális válságáról szóló viták, elbeszélések gyakorlatilag folyamatosak. A lehetséges okokat tárgyaló narratívákban vissza-visszatérő elemek a gazdasági, üzleti, politikai, kulturális és technológiai fejlemények. Így lehetett az eredője az újságírás válságának a 2008-as válság vagy a 2020-as koronavírus-járvány, de válságos állapotba sodorta már az újságírást a demokratikus berendezkedés átalakulása, a populizmus térnyerése, a „bulvárosodás”, a „fake news”, továbbá a televízió, az internet, a közösségi média vagy a platformok térnyerése is. A különféle válságnarratívák középpontjában egyaránt szerepelhetnek üzleti modellek, szakmai és morális értékek, ismeretelméleti állásfoglalások, illetve ezek tetszőleges kombinációi. E tanulmányban – áttekintve az újságírás válságdiskurzusairól szóló metairódmalmat – egyfelől annak kísérlek meg utánajárni, hogy milyen motívumok és témák jellemzik az újságírás válságnarratíváit. Másfelől az érdekel, hogy ezek az elbeszélések milyen kulturális, társadalmi, gazdasági és technológiai kontextusokkal függhetnek össze – különös tekintettel ez utóbbira. Összegezve a rendelkezésre álló modellek tanulságait pedig azt a címben is feltett kérdést kísérlem meg megválaszolni, lehetséges-e egyáltalán, hogy az újságírás folyamatos válságban van?

Kulcsszavak: narratívák, újságírás, szakmai normák, technológia, válság

1. Bevezetés: két láb, háromfejű isten és rengeteg válság

A Columbia Journalism Review, a talán legtekintélyesebb újságírószakmai fórum 2020 nyarán jelentette be (Harris 2020), hogy a szintén a Columbia Egyetemen működő Tow Center for Digital Journalismmal elindítják a Journalism Crisis Projectet, hogy azonosítsák és ezáltal megkíséreljék megoldani azokat a problémákat, amelyek az újságírás jelenlegi, értelmezésükben jelentős és mély válságát okozhatják. Ha belelapozunk a szakirodalomba, akkor is azt láthatjuk, hogy az újságírás válsága mondhatni magától értetődő téma a tudományos közleményekben – nemcsak a talán leggyakrabban válságos állapotúnak ítélt print újságírásra (Siles & Boczkowski 2012), hanem az ágazat, a szakma egészére vonatkoztatva. Az tehát bizonyosnak tűnik a szakmai és a tudományos elbeszélések alapján, hogy az újságírás válságban van. De mit jelent a válság, és minek köszönhető? Általánosságban akkor nevezünk egy időszakot válságosnak, ha a megszokott rendben zajló folyamatok, működések kizökkennek a szokásos medrűkből, és ez jellemzően valamilyen típusú veszteség, veszély érzékelésével jár együtt. Az utóbbi években született fontosabb értelmezések alapján pedig az újságírás területén különféle válságtípusokat és lehetséges okokat, kontextusokat lehet azonosítani.

Az újságírásban egyfelől egy fenntarthatósági válság van, amely részben az üzleti modellek fenntarthatatlanságából, törekénységéből vagy legalábbis bizonytalanságából fakad, részben pedig a gazdasági válságok által terhelt

¹ A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

általános gazdasági visszaesésből. Jay Blumler (2010) *A kétlábú krízis* című írása szerint az újságírás válságának másik oka (avagy az ő metaforája szerint: lába) a szakmának a demokrácia működtetésében betöltött szerepének csorbulása. James Curran (2019) – tovább folytatva a sajátos metaforák hálózatát – „háromfejű istenként” képzei el az újságírás válságát. Ez egyrészt a globálisan megfigyelhető állami cenzúragyakorlatoknak köszönhető – amelyek ez esetben nem azonosak a hibrid rezsimekben elterjedt gazdasági nyomásgyakorlással, a *media capture*-rel, hanem tényleges tartalomkontrollt, cenzúrát jelentenek. Másrészt az újságírás és az *establishment*, azaz az uralkodó elit összefonódásának. Ez utóbbi faktor, amelyet Blumler *elite sourcing*nek nevez, még az olyan országokban is jelen van, ahol létezik hatékony és szabad oknyomozó újságírás, de az újságírók ezekben a rezsimekben is kénytelenek arra hagyatkozni az információáramlás biztosítása érdekében, hogy bizonyos mértékben jóban legyenek az elittel, ami tompítja a demokratikus intézmények feletti kontrollt. Harmadrészt pedig természetesen a gazdasági visszaesésnek, amelynek köszönhetően kevesebb pénz jut a szerkesztőségeknek, így kevesebb minőségi tartalom áll elő. Mindezek összefüggenek az újságírás hegemoniájának válságával, avagy azzal, hogy a diskurzus moderálásában eddig betöltött kapuőri szerepe meginogni látszik – John Nerone (2015) szerint ez a szempont a legfontosabb.

A talán legalaposabb áttekintést Rasmus Kleis Nielsen adja, aki részben szakértői interjúkra alapozva azonosított három meghatározó válságnarratívát az újságírásban: a gazdasági, a professzionális és a közbizalmi válságot. A már a korábbi értelmezésekben is szereplő gazdasági válság mellett új tényezőként felmerülő professzionális krízis lényege úgy is megfogalmazható, mint a „mi az újságírás?” kérdésének újra- és újra felmerülése, vagyis az újságírás lényegének megkérdőjelezése és újratárgyalása. A közbizalmi válság pedig annyit tesz, hogy – a vonatkozó felmérések adataira hagyatkozva – az emberek egyszerűen egyre kevésbé bíznak az újságírókban (Nielsen 2016).

A 2020-as év, ha lehet, még rá is erősített mindezekre a folyamatokra. A Covid19-járvány és a velejáró gazdasági válság és hirdetési visszaesés tovább gyengítette a médiavállalatok pozícióit. Ehhez társult az általános globális demokráciaválságként, -deficitként keretezett folyamat, amely részben összefügg a populizmus és a populista és/vagy hibrid, irányított demokratikus rezsimek térnyerésével és a „fake news”-dilemmával is.

2. Örök válságban? A technológiától a szakmai normákig

„Az újságírás válsága lehetőséget ad arra, hogy a mindennapi reaktív és veszteséges újságírói munkát egy szelektív vállalkozássá alakítsuk át, amely olyan dolgokról számol be, amelyekről más nem tud” – írja Michael Shapiro a *Columbia Journalism Review*-ban, de nem a már a bevezetőben idézett 2020-as felhívásban, hanem bő egy évtizeddel korábban, 2009-ben (Shapiro 2009). Ugyanebben az évben a Victor Pickard és munkatársai (2009: 6) által készített jelentés már sokkal drámaibban fogalmaz:

Egy mélyebb válsággal kerültünk szembe: az újságírás mint intézmény a szemünk előtt omlik össze; egy olyan válsággal, amely túlmutat a napilapok pusztulásán és a demokratikus berendezkedés alapjaira mér csapást.

Ahogy Paolo Mancini (2013) is felidézi, az újságírás jelenlegi, kiterjedt és sokrétű válságának észlelése már egy évtizeddel korábban is hasonló intenzitással jelen volt a szakmai diskurzusban. De ha még nagyobbat lépünk vissza az időben, kiderül, hogy nemcsak egy évtizeddel korábban, hanem gyakorlatilag amióta létezik újságírás a mai formájában, de legalábbis a 20. század eleje óta folyamatosak a válságnarratívák az újságírásban (Zelizer 2015). A narratív ágensek, azaz a válság feltételezett aktív, cselekvő okai pedig szintén visszatérők: a gazdasági fejlemények, a politikai közeg, a közbizalom változásai és a társadalmi közeg átalakulása, valamint a szakmai normák, értékek transzformációja mellett az új technológiai megoldások, eszközök és platformok (tetszőleges konstellációkban összekapcsolódva) felelősek azért, hogy az újságírás az adott időben és helyen válságban van. Az új technológiai platformok és a szakmai értékek keresztmetszetében is sok motívum vissza-visszatér a válság tünetének szerepében. Ilyen elem például a „bulvárosodás” észlelése, amely már felmerült a 20. század húszas éveiben is, mint a rádiós formátumok kritikája (Jackaway 1995), de ugyanígy központi motívum volt nyolcvan, illetve száz évvel később is, az online újságírás és a közösségi médiaplatformok terjedésével is (Serazio 2009).

Ebben az írásban a számos lehetséges főszereplő közül egyre koncentrálok, és arra vagyok kíváncsi, hogy a technológiai platformok és szakmai normák interakciójában milyen válságelbeszélések jellemzőek az újságírás közelmúltjában. A szűkebb fókuszon keresztül pedig arra a nagyobb kérdésre keresem a választ, hogy vajon a válságnarratívák folyamatosága egyet jelent-e a válság folyamatosságával, avagy lehet-e folyamatos válságban az újságírás.

2.1. Szakmai válságok és technológiai nyomások

Az újként és ezáltal sokszor fenyegetőként is keretezett technológiák visszatérő főszereplői, „okai” az újságírás válságainak. A leggyakoribb hanyatlástörténet-séma szerint az új technológiák különféle módokon erodálják a szakmai értékeket, akár olyan mértékig, hogy az már magának a szakmának, az intézménynek a lényegét, a létét fenyegeti. Ilyen szerepet töltött be egykoron a rádió (Jackaway 1995), a televízió (Davis 1976), és természetesen az internet, a közösségi média vagy a platformok térnyerése is. Ha közelebről vizsgáljuk meg ezeknek a technológiai fókuszú elbeszéléseknek a gazdasági, szociológiai vagy éppen kulturális hátterét, gyakran az derül ki, hogy az újabb válság feltételezett technológiai okai mélyebben vagy éppen más területeken gyökereznek. Egy kulturális, keretezési példával kezdve: nem technológiaalapú szakmai botlásokat is gyakran keretez a szakma technológiavezérelt értékválságok tüneteiként. Egy ilyen jelenséget ír le Elizabeth Butler Breese a *The Perpetual Crisis of Journalism: Cable and Digital Revolutions* (2016) című írásában, megmutatva, hogy milyen hasonlóan beszélt a szakma harminc év távlatában egy-egy új technológiához kötött szakmai válságokról.

1981-ben a CBS-en a később legendás televíziós újságíróvá váló Dan Rather tévesen jelentette be, hogy a Ronald Reagan elleni merényletkísérletben meghalt James Brady, a Fehér Ház sajtósa. Ekkor alig egy éve működött az első 24 órás kábel-hírtévé, a CNN, Rather elsietett bejelentéséért pedig az új technológiát és az általa kikényszerített instant publikációs kényszert tették felelőssé a kommentárok. 2011-ben nagyon hasonló eset történt. Az NPR tévesen közölte, hogy elhunyt Gabrielle Giffords kongresszusi képviselő, amely hibáért a szakmai közvélemény ezúttal már természetesen nem a már harminc éve létező kábeles hírcsatornát, hanem az akkor már jelentős szerepet betöltő közösségi médiát kárhóztatta: de a korábbi esethez hasonlóan azért, mert túlzóan nagy nyomást helyez a hírszerkesztőkre, hogy azonnal és gyorsan publikálják a hozzájuk eljutó információkat, ezzel erodálva az ellenőrzés és a verifikálás szakmai értékeit. Ahogy arra Butler Breese rámutatott, ezekben az esetekben bár egy-egy új technológia lett kikiáltva felelősnek, valójában nagyon hasonló és egyben egyszerű szakmai hibákról volt szó, amelyeket technológiafüggetlenül bármilyen közegben el lehet követni.

2.2. A válság periódusai

Az újságírás állandó krízisbeszéléseinek értelmezését tovább árnyalhatja az a szükségszerű körülmény is, hogy a válságokat potenciálisan kiváltó faktorok (természetükből fakadóan) jellemzően periodikusan váltakoznak az idő múlásával. Arthur J. Kaul és Joseph P. McKerns (1985) méltatlanul elfeledett tanulmánya egy olyan radikális értelmezést ajánl, amelyben nemcsak az újságírás krízisei, hanem az újságírás ideológiája általában szorosan követi (legalábbis az 1835 és 1985 közötti másfél évszázadban) a gazdasági ingadozások „hosszú hullámain”. Azaz olyan periódusokat, amelyekben negyedszázados növekedéseket követnek csökkenési szakaszok, vagyis válságok. Értelmezésükben az új technológiák megjelenése is ezekhez a periódusokhoz igazodik: jellemzően a válságidőszakokban nyernek teret, ezért az újságírói szakmai ideológiák reakciója, változása is a két párhuzamos jelenség mögött rejtőző harmadik ok, a gazdasági együttállás terméke. Így az újságírói ideológia, válságnarratíva funkciója a megrendült hatalmi pozíció legitimálása. Az új ideológiák ennek megfelelően az új gazdasági helyzethez való igazodásuk során konszolidálódnak. Ez a modell, ha lehet, még a Michael Schudson-féle (2001), széles körben hivatkozott társas konstruktivista megközelítésénél is radikálisabb. Schudson szerint az amerikai újságírás ideológiájának, eszmerendszerének egyik legmeghatározóbb eleme, az objektivitás-doktrína az újságíró-társadalom belső kulturális és társadalmi dinamikájának következményeképpen jött létre. Kaul és McKerns még ennél is tovább menve a társadalmi-kulturális motívumokat is a gazdasági változásokból levezethetőnek tartja.

2.3. Válság vagy forradalom?

A krízisbeszélések meghatározó jellemzője továbbá, hogy ki a mesélő. Ami az egyik nézőpontból válság, az egy másiktól forradalom is lehet. Ha a régi világ szereplője, a vesztes felől a történet válság, akkor meglehet, hogy az új szereplő, a győztes ezt lehetőségként látja. Ez a kettősség már jellemző volt a rádió körüli, száz évvel korábbi diskurzusokra is, ahol a magukat fenyegetettnek érző print lapok válságként keretezték a rádió térnyerését, a rádiós szereplők azonban természetesen éppen ellenkezően értékelték a helyzetet (Jackaway 1995). Hasonlóan, a mai platformválság is csak a tradicionális média felől nézve válság: a Google és a Facebook elbeszéléseiben nem esik szó az újságírás haláláról (de ha esne is, az feltételezhetően mérsékelten lenne sajnálatos körülmény az új kapuőrök felől nézve). Visszatekintve a Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM 2014–2021) projekt *oral history* archívumába, szembeszökő, hogy az egykor a hazai online média és újságírás úttörőiként szereplő szakemberek narratíváiban gyakorlatilag egyszer sem merül fel a válság szó vagy az egykori folyamatok válságosként értelmezése. Szerepüknek köszönhetően az eseményeket nem válságosként, hanem újszerűként, forradalmiként vagy éppen kihívásként élték meg – az online média folyamatos növekedése legfeljebb a tradicionális médiaszereplőknél kereteződött válságként.

2.4. Sokféle válság, sok helyen

Nemcsak a konfliktusban betöltött szerep, hanem a regionális-kulturális pozíció is meghatározza a válságnarratívák természetét. Rasmus Kleis Nielsen (2016) komparatív tanulmányában médiapiaci szereplőkkel, szakemberekkel készített interjúk segítségével osztályozta a különböző elbeszéléseket, a már említett három – gazdasági, szakmai és bizalmi – szempont regionális értelmezéseit összevetve. Az összehasonlításban a Daniel C. Hallin és Paolo Mancini (2004) médiarendszer-kategorizációjára alapozott, amely alapvetően három nagy médiarendszert különít el aszerint, hogy az egyes területeken miként viszonyulnak egymáshoz az újságírói és a politikai rendszerek, felfogások. Nielsen így kérdezett szakembereket a demokratikus korporatista (például finn és német), polarizált pluralista (francia és olasz), illetve a liberális (brit és amerikai) piacokról is. Mint kiderült, a krízisbeszélések korántsem globálisak. Éppen ellenkezőleg: attól függően alakulnak, hogy a beszélő honnan szemléli a(z ebből következően különböző) történéseket. Amíg a finn és a német interjúalanyok szerint a gazdasági és a szakmai válság nem jellemző, a bizalmi válság ugyan igen, de már régi probléma, addig a francia és az olasz megszólalók szerint mindegyik típusú válság létezik – de mindegyik régóta, és egyik sem új. A brit és az amerikai elbeszélésekben egyedül a bizalmi válság jelent meg régóta létezőként, de a gazdasági és a szakmai válságot újként keretezték.

3. Konklúzió: lehet-e folyamatos válságban az újságírás?

Paolo Mancini (2013: 128) szerint:

Amit arról gondolunk, hogy az újságírásnak milyennek kellene lennie (neutrális, független a hatalomtól, informatív, örkutya szerepet betöltő stb.) az csak egy baleset a tömegmédiátörténetében. Más szavakkal: amit általában az újságírás tradicionális liberális modelljeként definiálunk (Hallin & Mancini 2004), inkább kivételt jelent, mintsem szabályt – kivételt a földrajzi elterjedése és időtartama tekintetében egyaránt.

Mancini e provokatívan megfogalmazott, de egyben meglehetősen kijózanító megfogalmazása nemcsak azért megvilágító erejű, mert szembesít az öröknek hitt értékek átmenetiségével, hanem azért is, mert ráébreszti az olvasót a szakmai értékek és a szakmai értékekről szóló diskurzusok értelmezése közötti hatalmas ismeretelméleti szakadékra. Amíg a diskurzus szereplői szeretik adottnak venni az érvelésük alapjául szolgáló értékek rögzítettségét és örökkévalóságát, addig a vita kontextusának szemlélői csak a változást, az értékek átmenetiségét és a társadalmi-kulturális-gazdasági eredők szerepét látják állandónak.

Hasonló a dilemma az újságírás válságával és a válságról szóló elbeszélések feszült viszonyában is. A globális diskurzusokban, amelyeket nem mellékesen alapvetően a leginkább válságnarratíva-favorizáló amerikai-angolszász paradigma ural, gyakorlatilag folyamatos főszereplő az újságírás válsága. De ha betekintünk a válságnarratívák gazdasági-társadalmi-kulturális kontextusaiba, akkor elbizonytalanodunk a főhős permanens jelenlétébe vetett hit megalapozottságában. Hiszen a válság logikai természete (amely természetéből fakadóan egy szakaszosan fel-felbukkanó jelenség), a gazdasági periodicitás, a téves narratív tulajdonítások, az elbeszélői pozíciók sokfélesége, illetve az eltérő regionális szemléletek is egyaránt azt sugallják, hogy a válság nem pusztán nem állandó sem térben, sem időben, de még csak nem is lehet az. A „lehet-e folyamatos válságban az újságírás?” kérdésre adható válasz tehát elkerülhetetlenül kettős: a(z angolszász globális) diskurzus maga egyértelmű és hangos igennel felel, de a vita színpalái mögül szemlélődő ismeretelméleti pozíció szerint az újságírás lehet, hogy átélte, átél és át fog élni kríziseket, de *valószínűleg* nincs folyamatosan válságban.

Irodalom

- Blumler, Jay G. (2010): The two-legged crisis of journalism. *Journalism Studies*, vol. 11, no. 4. pp. 439–441.
- Breese, Elizabeth Butler (2016): The Perpetual Crisis of Journalism: Cable and Digital Revolutions. In: Jeffrey Alexander, Elizabeth Butler Breese & Maria Luengo (eds.): *The Crisis of Journalism Reconsidered*, pp. 31–42. Cambridge: Cambridge University Press.
- Curran, James (2019): Triple crisis of journalism. *Journalism*, vol. 20, no. 1, pp. 190–193.
- Davis, Robert E. (1976): *Response to Innovation: A Study of Popular Argument about New Mass Media*. New York: Arno Press.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004): *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Harris, Lauren (2020): The journalism crisis is gaining momentum. *Columbia Journalism Review*, 17 June. https://www.cjr.org/business_of_news/the-journalism-crisis-is-gaining-momentum.php.
- Jackaway, Gwenyth (1995): *Media at War: Radio's Challenge to the Newspapers, 1924–1939*. Westport, Conn: Praeger.
- Kaul, Arthur J. & Joseph P. McKerns (1985): *Long Waves and Journalism Ideology in America, 1835–1985*. Előadás az Association for Education in Journalism and Mass Communication éves konferenciáján (68th, Memphis, TN, 3-6 August, 1985).
- Mancini, Paolo (2013): What Scholars Can Learn from the Crisis of Journalism. *International Journal of Communication*, no. 7, pp. 127–136.
- MODEM (2014-2021) Magyar Online és Digitális Médiatörténet projekt, <http://mediatortenet.hu>.
- Nerone, John (2015): Journalism's Crisis of Hegemony. *Javnost – The Public*, vol. 22, no. 4, pp. 313–327.
- Nielsen, Rasmus Kleis (2016) The many crises of Western journalism: A comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence. In: Jeffrey Alexander, Elizabeth Butler Breese & Maria Luengo (eds): *The Crisis of Journalism Reconsidered*, pp. 77–97. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pickard, Victor, Josh Stearns & Craig Aaron (2009): *Saving the News: Toward a National Journalism Strategy*. Washington, D.C.: Free Press.
- Schudson, Michael (2001): The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, vol. 2, no. 2, pp. 149–170.
- Serazio, Michael (2009): Rethinking a Villain, Redeeming a Format: The Crisis and Cure in Tabloidization. In: Barbie Zelizer (ed.): *The Changing Faces of Journalism Tabloidization, Technology and Truthiness*, pp. 23–26. London: Routledge.
- Shapiro, Michael (2009): Open for Business: If You Want Readers to Buy News, What, Exactly, Will You Sell: The Case for a Free/Paid Hybrid. *Columbia Journalism Review*, July/August.
- Siles, Ignacio & Pablo Boczkowski (2012): Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media and Society*, vol. 14, no. 8, pp. 1375–1394.
- Zelizer, Barbie (2015): Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis. *Journal of Communication*, no. 65, pp. 888–908.

Abstract in English

Is journalism in a permanent crisis?

If one happened to be immersed in the professional and academic discourses on the nature of journalism, they would find that the debate on the assumed crisis of the profession is permanent. In the narratives discussing the potential causes of crisis there are, among other ones, economic, business, political and technological factors. This paper, focusing on the technology-centered narratives, attempts to reconstruct overarching rhetorical themes and framing patterns in crisis narratives, and tries to answer the question of whether it is possible that journalism is in a permanent crisis.

Keywords: crisis, journalism, narratives, professional norms, technology

Tófalvy Tamás, PhD, médiakutató, kommunikációs szakember, tanácsadó. A kommunikációs technológiák és a kultúra interakciójával, valamint a digitális tartalomipar közpolitikáival és stratégiájával foglalkozik. A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Szociológia és Kommunikáció Tanszékének MTA Bolyai János Kutatói Ösztöndíjas egyetemi docense, a BME Kommunikáció- és Médiatudomány Mesterszak Digitális Média szakirányának vezetője, a Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM) projekt vezetője. 2018–19-ben a Central European University Center for Media, Data and Society kutatója, 2013–17 között a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete főtitkára, 2012–13-ban a Columbia Egyetem Fulbright-ösztöndíjas kutatója volt. Legutóbbi munkái: “We have never been part of the journalistic profession” – Self-perceptions and professionalization of online journalists in the early era of Hungarian digital media (*Media History*, 2020) és *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream* (szerk., Barna Emíliával) (Palgrave Macmillan, 2020). Email: tamastofalvy@gmail.com.

Gödri Rita

Pályakezdő újságírók helyzete Magyarországon

Kutatásomban azt vizsgáltam, milyen lehetőségei vannak Magyarországon a pályakezdő újságíróknak. Milyen mértékben tudják hasznosítani az egyetemen megszerzett tudásanyagot? Milyen elvárásokat támasztanak velük szemben a szerkesztőségek? Milyen elhelyezkedési lehetőségekkel számolhatnak a tanulmányaik alatt és után? Hogyan vélekednek saját pályakezdési lehetőségeikről? Eredményeimet kilenc darab félig strukturált interjúból gyűjtöttem össze, amelyet az Átlátszó, az Átlátszó Oktatás, a Direkt36 és a 24.hu junior és senior újságíróival, valamint főszerkesztőivel készítettem. Kutatásomból kiderül, hogy a pályakezdő újságírók szakmai nehézségeit nagyrészt az okozza, hogy nincs szinkronban az egyetemen elsajátított tudásanyag a főszerkesztői elvárásokkal (hiszen a legtöbb, hazánkban folyó kommunikációs képzés nem az újságírást koncentrálna, és nem kellően gyakorlatorientált). Tovább bonyolítja a helyzetet a magyarországi médiatulajdonlási viszonyrendszer átalakulása is, amelyet interjúalanyaim közül sokan a hazai nyilvánosság beszűküléseként azonosítanak. Kutatásom nem reprezentatív, de kiindulási alapként szolgálhat további újságíró-kutatások számára.

Kulcsszavak: pályakezdés, professzionalizáció, újságírást, újságíró-képzés

1. A kutatás relevanciája

2019 decembere óta az Átlátszó Oktatásnál dolgozom újságíróként. Előtte számtalan nehézséggel találtam szemben magam. Nagy fejtörést okozott az egyetem elvégzése után, hogy hol tudok elhelyezkedni, hogyan tudom hasznosítani a képzésen megszerzett tudásanyagot, melyik kiadó alkalmaz majd valós gyakorlati tapasztalat hiányában. E kérdésfelvetések nyomán született meg ez a tanulmány is, amelyben olyan junior és senior újságírók mesélik el pályakezdésüket, akik a független hírmédiában dolgoznak. Ezen felül pedig a két főszerkesztővel készített interjúból az is kiderül, milyen elvárásoknak kell megfelelniük a pályakezdő újságíróknak, és a hazai médiapiaci átalakítások miként érintik a friss diplomás zszurnaliszták elhelyezkedési esélyeit.

Kutatásom ugyan nem reprezentatív – ugyanis az általam megkeresett médiumok nagy többsége nem válaszolt a megkeresésekre, illetve volt olyan is, aki visszautasította az interjú lehetőségét –, mégis azt gondolom, hogy a kapott adatok kiindulási alapot kínálhatnak egy nagyobb mintán és más módszerek alkalmazásával, bővítéssel elvégzett jövőbeni kutatás számára. Ez pedig már csak azért is fontos lenne, mert az újságíró-társadalmat átfogó kutatásoknak hazánkban nincs nagy hagyományuk, csupán Vásárhelyi Mária korábbi kutatásaiból állnak rendelkezésünkre adatok, ám ezek – mivel a kétezres évek elején, közepén készültek – nem reflektálnak az azóta bekövetkezett társadalmi, gazdasági és médiapiaci változásokra.

2. Professzionalizáció

Kit nevezünk újságírónak? Milyen egy jó újságíró? Miért van rá szükség? E kérdésfelvetések a professzionalizáció, s ily módon egyes szakmák és foglalkozások definiálásának kérdéskörébe tartoznak. A professzionalizációnak, vagyis a tevékenység hivatássá válásának Svennik Hoyer & Epp Lauk (1995) szerint vannak fokozatai, e fokozatok

egyike a speciális szellemi tanulmányok és képzés elsajátítása, a szervezetbe való tömörülés, a politikai szférától való elkülönülés, az egységes szakmai irányelvek kialakítása és elfogadása stb. Hasonló kritériumokhoz köti a szakma definiálását Tamara Witschge és Gunnar Nygren (2009) Staffan Selander (1989) és Eliot Freidson (2001) munkái nyomán. Ezekkel a definíciós kísérletekkel azonban – Tófalvy Tamás szerint – az a probléma, hogy nem reflektálnak kellően a szakmák térbeli és időbeli változásaira, egyes szakmák aktuális pozíciójára, társadalmi legitimitásaira stb.

Azt eldönteni tehát, hogy ki számít szakmán belülnek és ki kívülállónak, nehéz feladat, s nincsenek rá minden esetben konkrét útmutatók. Egy olyan, állandóan változó területen, mint az újságírás, még nagyobb problémákba ütközünk akkor, amikor arra a kérdésre keressük a választ, hogy ki számít újságírónak és ki nem. Vajon a különféle tartalomelőállítók újságírónak számítanak-e? Hol a határ blogger és zurnalizta között? Az újságírás meghatározása, legitimálása és elhatárolása mindig is konfliktusok sorát váltotta ki – vélekedik Tófalvy Tamás *A digitális jó és rossz születése* című könyvében (2017).

Egy összehasonlító újságírás-kutatásból (Örnebring 2012) például az is kiderült, hogy az alapján is lehet és kell professzionalizációról beszélni, hogy maguk a szakmában dolgozók, tehát az újságírók milyen szerepfelfogással rendelkeznek önmagukról és a szakmáról. Vajon mindegyikük ugyanúgy vélekedik a szakmaiság általános normáiról és eszközzeiről? Mindegyikük a pontosságot, a hitelességet és a függetlenséget, a pártatlanságot jelöli meg a professzionalizáció alappilléréként? A több országot is felölelő összehasonlító kutatásból az derül ki, hogy az újságírói szerepfelfogások széles skálán mozognak, és az újságírók társadalomban betöltött szerepéről maguk az újságírók is eltérően vélekednek.

Tófalvy (2017: 69) könyvében rámutat arra, hogy először a 18. században Nagy-Britanniában és Franciaországban kezdtek elterjedni olyan, időközönként nyomtatásban is megjelent művek, amelyek közélettel foglalkoztak, ám e nyomtatott publikációk, lapok között nem volt éles határ, így a szerzőik sem tartoztak önálló szakmai közösségbe. Az újságírás szakma művelőit önálló szakmai közösségként jóval később, a 19. században kezdték csak elismerni:

Összefüggésben az újságírás mint fizetett tevékenység intézményesülésével, a szakmai önszerveződés – az első újságíró-szövetségek és szakszervezetek – kialakulásával, illetve már a 19. és 20. század fordulóján, az első egyetemi szintű újságíróképzések kezdeményezésével.

Az imént említett Hoyer–Lauk-szerzőpáros (1995: 78) szerint az újságírás fejlődését és professzionálissá válását úgy vizsgálhatjuk, mint:

Bizonyos szakaszokból más szakaszokba vezető folyamatot: a részidős, szabadidős jellegű tevékenységtől az életpálya jellegű karrierig, a befolyásolástól mentes hírközléstől a „negyedik hatalmi ágig”.

Modelljük szerint újságírókra azóta van szükség, amióta a nyomdák részéről felmerült az az igény, hogy olvasóikat rendszeresen ellássák szórakoztató hírekkel. Kezdetben ezek az írók csak alkalmi jelleggel dolgoztak be egy-egy nyomdának, az idő előre haladtával azonban szerkesztők és riporterek lettek (Hoyer & Lauk 1995). Az alkalmazotti hierarchia kialakulásának nyomán a feladatok elkülönülése is megtörtént. A feladatok leosztása, az újságírók tudásának diverzifikálása a lap hasábjairól is visszaköszött: a korai újságokkal ellentétben – ahol egy nagy tömbben jelentek meg a hírek – immáron feltűntek a rovatok, elkülönültek a főcímek, a sajtóműfajoknak megfelelően pedig maguk a szövegek is változatosabb formát öltöttek (Tófalvy 2017).

A szövegek változatosságát is figyelembe vevő Jean K. Chalaby (1996) tanulmányában (amelyben a francia és az angol-amerikai újságírás kialakulását és fejlődését veti össze) újságírói diszkurzív mezőről ír, amely ugyanakkor országspecifikus, kialakulása nem univerzális jelenség. Chalaby úgy véli, hogy az újságírás kialakulása az Egyesült Államokhoz és Angliához köthető, ugyanis itt alakultak ki azok a diszkurzív stratégiák és írásmódok, amelyek az újságírást a diszkurzív termelés egy sajátos osztályává tették. Ilyen stratégia és írásmód például az objektivitásra való törekvés vagy a politikai pártoktól való függetlenedés, a különféle újságírói műfajok (például az interjú, a riport) megjelenése, valamint az, hogy az újságírói szövegek sajátos filológiai jellemzőkkel kezdtek rendelkezni. A szerző úgy véli, hogy az újságírás nemcsak 19. századi találmány, hanem egyenesen angol-amerikai is, és minden

más nemzet őket követte, adaptálva a különböző mechanizmusokat, ám mivel ez az adaptáció nemcsak történeti, hanem kulturálisan is megjelölt, eltérő sikerességgel ment végbe. Míg a britek és az amerikaiak esetében a sajtó gyors iparosodásáról, valamint a hírgyűjtő szolgáltatások nagymértékű fejlődéséről beszélhetünk, addig például Franciaországban ez a politikai és gazdasági-társadalmi berendezkedésnek is köszönhetően másképpen működött.

A szerző arra is rávilágít, hogy az irodalomnak is nagy szerepe volt abban, hogy egyes országokban mennyire tartották társadalmilag elismertnek az újságírást. Franciaországban például az irodalmi normák és értékek voltak meghatározóak, a francia irodalmi figurák és hírességek mélyen be voltak vonódva az újságírásba. Számos irodalmár egyben médiatulajdonos vagy éppen főszerkesztő is volt. Az irodalom az írásgyakorlás szintjén is nyomot hagyott a francia sajtón: a nagyfokú irodalmi hatásnak köszönhetően a francia újságírás sokáig magán hordozta az irodalom jegyeit, a szentimentalizmust és az érzékenységet. Az újságírást nem önmagában ítélték meg, hanem a „magasabb” irodalmi formákhoz képest kedvezőtlenül, és a hierarchiában a legalsó helyen állt.

Chalaby (1996) tanulmánya végén azzal érvel: az is fontos különbség a francia és az angol-amerikai újságírás fejlődése között, hogy milyen az adott ország politikai közege, és ez mennyiben befolyásolja a sajtót. Míg Franciaországban számos törvénnyel igyekeztek korlátozni a sajtót, addig Amerikában ez nem fordult elő. Franciaországban volt olyan törvény, amely előírta és korlátozta az újságok által kockázat nélkül közzétehető információk típusát és mennyiségét. Míg az USA-ban és Angliában a politikai csatározások a pártokon belül maradtak, és így az újságírók is pontosan és hitelesen, elfogultság nélkül tudtak dolgozni, addig Franciaországban ez nem így volt: az újságírók a politikai klikkek eszközeivé váltak, polemizáltak, gyakran a propaganda szolgálatába álltak.

Végezetül pedig a szerző rámutat arra, hogy az amerikai és az angol sajtó eltérőképpen fejlődött, mert a piaci erők fontosabb szerepet játszottak az amerikai és a brit sajtó fejlődésében, mint a franciáéban. A 19. század elején Amerikában és a század második felében Angliában az újságok jelentős bevételekre tettek szert a hirdetések révén. Franciaországban azonban a lapok kevesebb hirdetési felületet adtak el, mint amerikai és angol társaik, és úgy tűnik, hogy a hirdetési bevételek nem járultak hozzá a francia újságok pénzügyeihez olyan mértékben, mint Amerikában és Angliában. Ennek következményeként több újságíró is folytatta a partizán újságírást és a vélemények megjelenítését a tényszerű közlések helyett.

Chalabyhoz hasonlóan Hoyer & Lauk szerint is a professzionalizáció másik pilléré a hirdetési piac létrejötte és terjedése jelentette. A kiadóvállalatok spektrumának bővülése az újságírók létszámának bővülését és az újságírói munka anyagi javadalmazását is elhozta. A professzionalizáció következő lépcsőfoka a szakmai szervezetek létrejötte volt. Az erre való törekvések egészen a 19. század végéig nyúlnak vissza (Hoyer & Lauk 1995). Ekkortól válik ugyanis a sajtó társadalmi intézménnyé, ekkor fogalmazódik meg az újságírásra való társadalmi igény a tekintetben, hogy az újságírók azok, akik „képesek ugyanis feltárni a rejtett mozgatóerőket, a korrupciót és a nemkívánatos viselkedéseket” (Banning 1998). A szakmai szervezetekbe tömörülő újságírók szerették volna társadalmilag elismertté tenni foglalkozásukat, és tekintélyt szerezni ennek a hivatásnak. Ennek egyik mozanataként 1922-ben megalapították az Amerikai Újságszerkesztők Társaságát (ASNE), amelyet a tisztességes újságírást népszerűsítő intézményként definiáltak. Ezzel párhuzamosan jelentek meg az egységes szakmai alapelvek, etikai kódexek is az 1920-as években. A szakmai szervezetekkel, etikai kódexekkel karöltve megteremtődtek az USA-ban az újságíróképzés feltételei is. 1873-ban például a Cornell Egyetemen már lehetett szerezni újságírói bizonyítványt, ám ez még nem diploma volt. A makói származású Joseph Pulitzer volt az első, aki 1903-ban a Columbia Egyetemen újságírói iskolát alapított. Az első újságírástanszék az Egyesült Államokban a Missouri Egyetemen alakult meg 1908-ban, az első európai egyetem pedig, amely rendelkezett újságíró tanszékkel, a Lipcsei Egyetem volt. Az újságíróképzéshez kapcsolódóan megjelentek az első átfogó újságírástankönyvek; az első közülük 1894-ben Edwin Shuman publikálta (Tófalvy 2017). Mindennek ellenére Tófalvy (2017: 71) úgy véli, hogy:

Az újságírás egy illékony határokkal rendelkező professzió, avagy kvázi szakma maradt. Sohasem vált lehetségessé világos határokat húzni az újságírók és nem-újságírók között, sem pedig a profi és az amatőr újságírói tevékenységek kizárólagos lényegét definiálni, mindemellett az újságírás nem épített ki tudás- vagy képzés-monopóliumot sem, hiszen a szükséges készségek bárhol elsajátíthatóak, és szakirányú végzettség sem feltétlenül szükséges ahhoz, hogy valaki a pályára lépjen.

3. A magyarországi újságíró-képzés múltja

Magyarországon 1902-ben egy parlamenti vita során merült fel az az igény Szemere Miklós író, országgyűlési képviselő részéről, hogy az állam biztosítsa a hazai zurnalisztaképzést. A felszólalást konkrét intézkedések közel húsz évig nem követték. Ezt követően először kisebb önképzőkörök hirdettek meg újságíró-képzést az általuk létrehozott akadémiákon (például Turáni Kör), majd egyre több felsőoktatási intézményben történtek előrelépések sajtótudományi ismeretek átadására, tanszékek létesítésére: az első 1926-ban Budapesten, majd később vidéken is, 1932-ben Pécsen. Ezek többsége azonban kollégiumi szinten maradt. Az 1939-ben létrejött Országos Magyar Sajtókamara hatszemeszteres egyetemi rendszerű képzést indított, amelyet az újságíróknak kötelező volt öt év alatt elvégezniük, ugyanakkor a háború kezdete a képzés végét jelentette. A valódi áttörés az akadémiai közegben 1954-ben jött el, amikor az Eötvös Loránd Tudományegyetemen megalakult az első újságírotanszék, ám ez a tanszék sem volt hosszú életű: az 1956-os események után hazánkban megszűnt az egyetemi szintű újságíróképzés (Gerelyes 1979). Erről Szalai Zoltán, a Mathias Corvinus Collegium ügyvezető igazgatója mesélt egy kerekasztal-beszélgetésen:

Magyarország volt az egyetlen olyan ország Európában, ahol megszüntették a felsőfokú újságíró-képzést. 1957-ben arra való hivatkozással szűnt meg, hogy az újságírók ügyis csak ugrálnak és forradalmárt játszanak (idézi Tófalvy 2014: 24).

1957 óta a magyar újságíró-társadalom jellemzően a MÚOSZ különböző tanfolyamainak, továbbképzéseinek köszönheti az újságíró-utánpótlást.

4. A magyarországi újságíró-képzés jelene

Mára már a hazai felsőoktatási intézményekben leginkább a kommunikáció képzéseken belül találkozhatunk az újságírást érintő kurzusokkal. „Kimondottan újságíróképzés szinte nincs, ugyanakkor a kommunikáció- és médiatudományi szakokra a hallgatók jelentős része ilyen ambícióval jelentkezik” (Weyer 2015: 11). Ugyanakkor a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete számára készült kutatásból kiderül, hogy a kommunikációs tanszékeken oktatók nagy része nem újságíró. Az itt folyó képzések jellege túlságosan is interdiszciplináris, jellemzően az esztétika, a szociológia, a pszichológia, a nyelvészet, a történelem, a pedagógia, a közgazdaságtan berkeiből érkező oktatók a képzési fókusz súlypontját is e tárgyak irányába terelik (Weyer 2015).

Érdeemes továbbá arról is szót ejteni, hogy egyes intézményekben milyen szinten folyik az újságírást-oktatás. Egy nemrég napvilágot látott cikkben a Szabad Európa például arról számolt be, hogy az újonnan a Nemzeti Közszolgálati Egyetemen indított újságíró-képzésben alig fedezhető fel a szakmai-etikai normáknak megfelelő újságírást-oktatás.¹

Problémaként vehető fel, hogy a kommunikációs képzésen belül – az újságírást-oktatás rovására – előtérbe kerültek a vállalati, az intézményi és az üzleti kommunikációval foglalkozó tárgyak. Mindemellett évről évre fokozatosan csökken azoknak az intézményeknek a száma, ahol kommunikáció- és médiatudományt oktatnak. Weyer Balázs kutatócsoportjával például a 2012–13-as tanév adatai alapján még 37 olyan (nem csak felsőoktatási) intézményt térképezett fel, ahol kommunikációs képzés folyt, ez a 2013–14-es tanévre 26–29 intézményre szűkölt. Tegyük hozzá, hogy a kutatás során nemcsak felsőoktatási intézményeket vizsgáltak, hanem más, például egyes médiaorgánumok által fenntartott és működtetett intézményeket is, például a TV2 Akadémiát (Weyer 2015).

1 Szabad Európa: Nem volt szó arról, hogy legyünk kiegyensúlyozottak, https://www.szabadeuropa.hu/a/nemzeti-ujsgiro-kepzes-ntgn/31251366.html?fbclid=IwAR3tGkaaB5uknejjO0E4UYty9pU0sotS5_gTF2z2Loh8EELyu_ddyBhn7UM.

Az újságírás-oktatás egy másik, igen jelentős problémája a gyakornoki programok hiánya és/vagy szervezetlensége. Sok helyen például nincs lehetőség gyakornokoskodni (vidéken a kis helyi médiumok nem bírják finanszírozni a gyakornokok munkáját, a gyakornokok pedig nem szívesen vállalnak munkát anyagi térítés nélkül), vagy a gyakornoki helyekért folyó küzdelemben a képzőintézmény magára hagyja a hallgatót. Ezen az állásponton van Weyer is (2015: 20), aki így fogalmaz: „A gyakornoki programoknak nincs általánosan kialakult minőségi sztenderdjük és elvárásrendszerük sem a képzőhelyek, sem a fogadó intézmények oldalán.”

5. A kutatás eredményei

5.1. Az első csoport: pályakezdők

Az általam megszólaltatott interjúalanyokat három csoportra osztottam az újságírás szakmában eltöltött éveik, tapasztalataik alapján. Az első csoportot azok alkotják, akik nem rendelkeznek korábbi szerkesztőségi tapasztalattal, a jelenlegi pozíciójuk az első a médiában. E csoport tagjai nagyon fiatalok, többségükben a húszas évek elején járnak, a bölcsészettudományok területén folytatnak felsőfokú tanulmányokat, azonban nem kommunikáció- és médiatudomány szakon. Az eltérő tudományterületről érkezők aránya az újságírásban az évek előre haladtával egyre nagyobb, és korántsem jelent hátrányt. Minderről így vélekedik az egyik általam megkérdezett országos online lap főszerkesztője:

Teljesen lényegtelen, hogy honnan, milyen szakról jön, nem is kell kommosnak lennie. Ez az a szakma, ahol sokan például nem is végzik el az egyetemet, mások doktorit végeznek. A bölcsészkarra sokan jönnek, de a legváltozatosabb képesítéssel és készségekkel jönnek emberek. És ez különösen jó. Nem is árt, ha valaki nem csak kommunikációt végzett, hiszen az azt jelenti, hogy nemcsak egy érdeklődési, tanult területe van, hanem sokrétű, sokszintű, változatos.

Vásárhelyi Mária (2009: 75) korábbi tanulmányában arra mutatott rá, hogy:

Az elmúlt évek során a megváltozott társadalmi-gazdasági viszonyok új típusú keresletet támasztottak az újságírói pályára készülők iránt. Látványosan növekedett a jogi és gazdasági végzettséggel rendelkezők felvevő piaca, miközben csökkent a bölcsészkar elvégzésével megszerezhető általános humán műveltség iránti kereslet.²

Az újságírói pályán való elindulás motivációjaként a csoport tagjai a társadalmi felelősségvállalást jelölték meg:

Azt gondolom, hogy régen is és most is az újságírás az, ami leginkább közvetíti azokat a gondolatokat, amelyek egy társadalmat előre tudnak vinni és tudják építeni, és ellensúlyozni a káros tendenciákat. Ez a szerepvállalásnak egy fajtája, emiatt akartam újságíró lenni. Én ebben láttam meg azt, amivel tudok koherens gondolatokat megfogalmazni és írni, kellő objektivitást tudok vinni egy közegbe, ami előremozdítja a társadalmat.

E felfogás szerint tehát az újságíró az a személy, aki képes tevékenységével a társadalmat pozitív irányban befolyásolni. A befolyásolás egy másik lehetséges alternatíváját említette egy másik megszólaló is, aki abban látja

² Vásárhelyi kutatása és megállapításai a 2010-es évek előtti állapotokat tükrözik, és azokra reflektálnak. A jövőben zajló átfogó újságírás-kutatás arra is választ adhatna, milyen piaci igények vannak most az újságírók végzettségét tekintve, mennyire állja meg a helyét Vásárhelyi Mária korábbi állítása, javult-e a bölcsészek piaci és társadalmi megítélése.

személyes küldetéstudatát, hogy kortársaira hatást gyakoroljon. Állítása szerint kortársai figyelmen kívül hagyják a híreket, nem érdekli őket a média világa. Ezen szeretne változtatni: „Talán, ha majd én írom (a híreket), akkor azt elolvassák és annak nyomán a többi hírt is.” Az írás ebben a szerepfelfogásban tehát a generációk felvilágosításaként, egyfajta aktivizálásként is értelmezhető.

A csoportba besorolt interjúalanyok az Átlátszó Oktatás 2019 őszén meghirdetett újságíró-gyakornoki programjára jelentkeztek. A programba való jelentkezés hátterében az újságírói ambíciók mellett a médiumhoz való lojalitás és annak pártatlansága, semlegessége is társult.

Szeretem az Átlátszót, nagyon színvonalasnak tartom, ezért is jelentkeztem. Ez volt az a médium, aminek én sokáig adtam a szavára. Láttam korábban az Index-képzéseket is [...] de én az oknyomozásban és a tényfeltárásban látom azt, hogy annak van értelme.

A jelentkezés motivációjával együtt arról is kérdeztem interjúalanyaimat, hogy pályakezdőként milyen elvárásokat támasztanak a szerkesztőséggel szemben. Mindannyian a szakmaiságot, az affinitást, a kompetenciát, a megfelelő bérezést, valamint a kellemes munkahelyi környezetet, mielőtt neveztek meg: „A szakmai támogatás, a jó fizetés és a szerkesztőségi sokszínűség nagyon fontos kritérium.” „Legyen laza a környezet, jó fej főnökök, kötetlenség.”

A kérdéseim egy másik csoportja a szerkesztőségi életre, az újságírói munkakörülményekre vonatkozott. Az Átlátszó Oktatás független alblogként működik az Átlátszón belül, ennek pedig interjúalanyaim szerint megvannak a maga előnyei és hátrányai. A nagyfokú szerzői szabadságot pozitívumként, ugyanakkor az ebből fakadó szakmai támogatás hiányát negatívumként értékelték:

Elégge külön vagyunk a többi átlátszóstól. Néha kommunikálunk a főszerkesztővel, de nagyon praktikus dolgokra szorítkozik a kommunikáció. Magánál az ÁO-nál jó dolgozni: hiszen például nem szólnak bele, hogy mit írjunk, milyen téma legyen. Csupán a cikkek minősége a kardinális kérdés. Mindig a főszerkesztő nyomja meg a közzététel gombot, pont a minőség miatt. Nem érzek felülről nagyon megbecsülést, pont ezért, hogy szabadon vagyunk, függetlenként, különállóként

– vélekedett a portál egyik újságírója, aki egyben a gyakornoki programok koordinációjáért is felelős.

A szerkesztőségi munka különösen fontos egy pályakezdő újságíró életében, hiszen csak így tudja kamatoztatni elméleti tudását, a gyakorlatban lesi el a szakma fortélyait. A csoport tagjait arról kérdeztem, milyen feladatokkal kell megbirkóznia egy pályakezdő újságírónak: „Leginkább dolgozunk a saját cikkeinken, és a többiekét lektoráljuk.”

Az egyik, ma vezető online hírportál főszerkesztője is a gyakorlatban megszerzett tudás fontosságára, valamint az ehhez szükséges gyakornoki pozíciók meglétére hívta fel a figyelmet:

Itt leginkább az érdemi gyakornoki munkára gondolok, ahol van idő a gyakornokra, tudjuk fejleszteni a készségeit és a képességeit, tudunk vele érdemben foglalkozni. Van idő megmérni, hogy mit tud.

Különösen érdekes az, ahogyan saját lehetőségeikről vélekednek az általam megkérdezett pályakezdő újságírók. Abban mindannyian egyetértettek, hogy nagyon nehéz most pályakezdőként. A nehézség okai leginkább a piac szűköségében keresendők, legalábbis ami a független médiumok számát illeti. Ilyen szerkesztőségből ugyanis egyre kevesebb van ma hazánkban. A megkérdezettek szerint bár a kormányközeli médiumok és a közmédia többségénél feltehetően vannak nyitott pozíciók, az ott folyó munkát nem tekintik valódi újságírásnak:

Amit ők csinálnak, az nem újságírás. Az újságírásban szerintem a központi kérdés a függetlenség és a tárgyszerűség. Esetükben az újságírói etika nem mond semmit, jelentéktelen.

5.2. A második csoport: seniorok

A második csoportot azok alkotják, akik legalább öt éve foglalkoznak újságírással. Ők jellemzően a harmincas éveik közepén járnak, felsőfokú képzéssel rendelkeznek, leginkább a bölcsészettudományok terén. Esetükben már jobban megjelenik a kommunikációképzés a tanulmányi repertoárban. Egyetemi éveik alatt gyakornoki pozíciót vállaltak egyebek között a 24.hu-nál és az Origónál. Korábbi írásaik az egyetemi kari lapokban, a Figyelőben és a Heti Válaszban jelentek meg. Az egyetemi éveik alatt vállalt gyakornoki pozíciók nagyban meghatározták az újságírói pályán való elindulást és egyben maradási is, így a fluktuáció mértéke esetükben csekély:

Egyetem alatt elkezdtem egy nyári gyakornokságot az Origónál. És tulajdonképpen azért maradtam az újságírás mellett, mert az nagyon pozitív volt. Láttam például, hogy hogyan működik belülről egy szerkesztőség stb. És az idő alatt sokkal-sokkal többet tanultam az újságírásról, mint az egyetemi éveim alatt. Jó volt, hogy egyetem alatt beleláthattam, hogy hogyan működik ez a szakma, és akkor döntöttem el, hogy ezt így akarom csinálni én is.

Ugyanolyan szerkesztőségi folyamaton ment végig a cikkem, mint a többi rendes újságíróé. Abszolút bevontak a szerkesztőségi munkába, nagyon jó volt.

Mindemellett hozzátették, hogy jóval kevesebb gyakornoki programot meghirdető képző és fogadóintézmény van jelen ma a piacon, ez pedig nehezítő tényezőként értékelhető a pályakezdés tekintetében. Véleményük szerint az egyre kisebb számú független hírportál/sajtóorgánum a nyilvánosság beszűküléseként fogható fel. Ráadásul még szorosabb kooperációra lenne szükség az egyetemek és a szerkesztőségek között ahhoz, hogy a tehetséges újságíró-jelölteket közvetíteni tudják, hiszen valójában nincsenek kiforrott intézményrendszerei, megvalósulási formulái a gyakornokságnak sem a küldő, sem a befogadó intézmény részéről:

Sokkal nehezebb, mint abban az időszakban, mint amikor én kezdtem. Egyre kevesebb olyan hely van, ahova úgy el lehet menni gyakornokként egyetem alatt, hogy ilyen minőségű képzést kapjanak. Én azt látom, hogy az egyetem jó arra, hogy elméleti alapokat adjon, de ezzel nem sok mindent tudsz kezdeni.

A pályakezdőkhöz hasonlóan a senior újságírók esetében is szóba került a munkahelyi megelégedettség kérdésköre. Interjúalanyaim elégedettségéről számoltak be a munkahelyi légkört, az anyagi javadalmazást, valamint a szakmaiság meglétét illetően. Egy korábbi kutatás arra mutat rá, hogy a független hírmédiában dolgozók nagyobb mértékben elégedettek a munkájukkal, a fizetésükkel, valamint a kollégáikkal, mint a közmédiánál dolgozó újságíró társaik.

Alapvetően meg vagyok elégedve. Nyilván itt is vannak konfliktusok, mint minden munkahelyen. A munkahelyi légkör is jó, szeretek bejárni, olyan emberek között dolgozok, akiket régen olvastam, hogy mit írtak, most meg velük dolgozom, és ez tök jó. Abszolút jól érzem magam ott.

Olyan visszajelzéseket kapunk, amivel fejlődhetünk. Alapvetően megvan a bizalom.

5.3. A harmadik csoport: főszerkesztők

A főszerkesztők csoportjában azon kérdések kitérője zajlott, amelyek szorosán érintették a pályakezdők lehetőségeit, esélyeit, a velük szemben támasztott elvárásokat.

A főszerkesztők elmondása és tapasztalata alapján a kisebb szerkesztőségekbe való bekerülés esélye nagyobb, ott ugyanis szívesebben fogadják a kezdőket, hiszen jut elég idő velük foglalkozni, míg egy nagyobb médium

esetében ez aligha valósul meg. Mindemellett a kis létszámú szerkesztőségek kevésbé támasztanak nagy elvárásokat a pályakezdőkkel szemben, míg a nagyobb szerkesztőségek elvárják, hogy a jelentkező olyan multi-skillekkel rendelkezzen, amelyek lehetővé teszik a többrétű feladatok elvégzését:

Talán nehezebb belépni, mint valaha. A nagyobb szerkesztőségbe a legnehezebb, itt vannak a legnagyobb elvárások. Pár évvel vagy épp évtizeddel ezelőtt sokkal több nagy műhely volt, ahová mehettek a pályakezdők. Akkoriban olyan nagy volt az intézmény, és olyan sokan dolgoztak ott, hogy a rendszer elbírt a gyakornokokat.

A pályakezdőkkel szemben támasztott egyre magasabb fokú elvárásokra reflektál Rétfalvy Györgyi 2011-ben végzett kutatása is, amelyben az egyik megkérdezett újságíró így vélekedett: „A pályakezdő újságírónak legalább félisteneknek kell lenniük, annyi elvárást támaszt feléjük a média” (idézi Rétfalvy 2012: 86). Az elvárások két területet foglalnak magukban: egyrészt a szakmai elvárásokat – e tekintetben elengedhetetlen a jó íráskészség, a stílus és a fogalmazási készség, a hírzékenység, az alapvető műfajismeret, a jó kommunikációs készség, a konfliktuskezelés, az erős felhasználói szintű számítógép és programismeret (például wordpress, képszerkesztő programok), valamint a több idegen nyelv ismerete. A szakmai elvárások mellett megjelennek a személyiségbeli kritériumok is. Ezek szerint az ideális jelölt motivált és ambiciózus, állandó nyitottság és érdeklődés jellemzi, mindig képes valami újat megtanulni, folyamatos szakmai fejlődésre vágyik. Mindehhez mély szakmai alázat és magabiztosság társuljon. A pontosság, a fegyelem és a kitartás alapvető elvárás a szakmában (Rétfalvy 2012). A főszerkesztőkkel folytatott beszélgetés is ezt erősítette meg:

Alapvetően az kell, hogy azokból a munkákból, ami a mindennapi munkánk alapja, azokból képes abban a minőségben és mennyiségben dolgozni, ahogy ez elvárás. De ehhez ugye egy bizonyos szintű tapasztalat kell, amit hát itt kellene, hogy megszerezzen. Szóval ez olyan huszonkettes csapdája. Napi működésben elsajátítható rutinok mentén látjuk ezeket az elvárt készségeket és képességeket. Persze az is fontos, hogy legyen jó íráskészsége, beszéljen legalább egy nyelvet, hogy ha külföldi híreket kell fordítani, átvenni azt megértse stb. Emberi oldalról pedig egy nagyon erős ambíció és alázat kell, az nagyon fontos.

Számos kutatás és újságíró jelöli meg problémaként, hogy nagyon nagy a szakadék az egyetemi képzés, az ott elsajátított tudás, valamint a szerkesztőségi elvárások között. Ennek nyomán arról kérdeztem a főszerkesztőket, hogy mi a véleményük a hazai újságíró-képzésről. A megkérdezettek az újságírás-oktatás fontosságára hívták fel a figyelmet, ugyanakkor hozzátették, nem feltétlenül kell ennek akadémiai közegben megvalósulnia:

Működhetne ez alapítványi formában is akár, amely segítene a pályakezdőknek gyakornoki pozíciók megszerzésében, anyagilag is támogatná őket a pályán való elindulásban, valamint a képzésük során kikerülhetők lennének azok a tárgyak, amelyek nem tartoznak szorosan az újságírás témakörébe.

6. Összegzés

Kutatásom során annak jártam utána, hogy milyen elhelyezkedési lehetőségeik vannak a pályakezdő újságírónak, milyen nehézségekkel kell szembesülniük mind a képzés, mind a pályán való elindulás során. Dolgozatomban szó esett a hazai felsőfokú újságíró-képzésről, amely elengedhetetlen a szakmai professzionalizáció szempontjából. Nagy problémát jelent, hogy 1957 óta nincsenek egyetemi újságírotanszékek Magyarországon, és a képzések is csak részterületi specializációként működnek. Ráadásul hazánkban számos olyan oktatáspolitikai kísérlet is végbement az elmúlt években, amelyek arra engednek következtetni, hogy a hazai kommunikációképzést a legszívesebben megszüntetné az állam. A képzésbeli hiányosságok kapcsán számos szerkesztő és újságíró

számolt be arról, hogy nincs összhangban az egyetemeken megszerzett tudásmennyiség a való életben elvárt tudással, azzal, amire a szerkesztőségben valóban szükség lenne. Ezeket a készségeket és képességeket a hallgatók tanulmányaik alatt leginkább a képzőintézményen belül sajátíthatnák el, ugyanakkor erre nem minden intézmény ad lehetőséget. Egyrészt azért, mert a tárgyat oktatók valójában nem mindig az újságírás berkeiből érkeznek, másrészt azért, mert a gyakorlatiasabb oktatás egyik elengedhetetlen feltétele sem teljesül mindig: az egyetemeken működő médialaborok felszereltsége is hagy némi kívánni valót maga után, bár hozzá kell tenni, különbségek vannak az egyes egyetemek között (Polyák & Torbó 2019).³

A gyakorlati kompetenciák elsajátításának másik problémáját a gyakornoki képzések hiánya és/vagy szervezetlensége okozza. A hallgatók gyakran saját maguk kénytelenek helyet keresni maguknak, a képzőintézmények nagy részének nincsenek olyan szerves kapcsolatai, hogy ezt hatékonyan koordinálják a befogadó intézményekkel. A gyakornoki képzések másik problémája, hogy a szerkesztőségekben dolgozók sokszor annyira leterheltek, hogy sem idejük, sem energiájuk nincs az utánpótlás-képzésre. Érdemi gyakornoki munka a nagy szerkesztőségekben épp ezen okokból gyakran nem is zajlik, a kisebb szerkesztőségek pedig forráshiánnyal küzdenek, így nem nagyon tudnak anyagi juttatást biztosítani a gyakornokoknak, ami egy féléves gyakornoki képzésben résztvevő számára eléggé problémás.

Pozitívként említhető azonban, hogy azoknál az intézményeknél, ahol működik a gyakornoki rendszer és van lehetőség érdemi gyakornoki munkát végezni, a már hosszabb ideje a pályán lévő újságírók segítőkészen és önzetlenséggel fordulnak a juniorok felé. Erről számoltak be interjúalanyaim is, akik közül volt olyan, akinek a pozitív gyakornoki tapasztalatok határozták meg a pályán maradását.

Feltűnő, hogy mennyire negatívan látják a pályakezdők elhelyezkedési lehetőségeit a junior, senior munkatársak és a főszerkesztők egyaránt. Kivételem nélkül mindegyikük a beszűkült nyilvánosságot jelölte meg legnagyobb problémaként. Ennek hátterében pedig hazánkban a politikai erők és a média szerves összefonódása húzódik meg. A legtöbb lap ugyanis ma a kormányzathoz informálisan kötődő, részben közpénzekre támaszkodó vállalkozók kezében van, ahol – interjúalanyaim szerint – nincsenek érvényes szakmai és etikai normák. Ilyen helyre pedig nem szívesen mennének sem gyakornokoskodni, sem teljes állásban.

A főszerkesztők emellett kiemelték, hogy bár nincs hazánkban újságírotanszék és szigorúan vett újságíróképzés, a probléma megoldható lenne egy olyan összefogással, amelyben mind a szerkesztőségek, mind az állam vagy egyes mecénások szorosan együttműködnek annak érdekében, hogy megteremtsék az újságírás-oktatás lehetőségét és feltételeit, és megoldást találjanak a finanszírozási problémákra is.

Irodalom

Banning, Stephen A. (1998): The Professionalization of Journalism: A Nineteenth-Century Beginning. *Journalism History*, vol. 24, no. pp. 157–164.

Chalaby, Jean K. (1996): Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, vol. 11, no. 3, pp. 303–326.

Freidson, Eliot (2001): *Professionalism, the Third Logic*. Chicago: University of Chicago Press.

Gerelyes Endréné (1979): *A szocialista újságíróképzés pedagógiai követelményei, különös tekintettel a magyarországi helyzetre*. Doktori értekezés.

Örnebring, Henrik (2012): Comparative journalism research: an overview, *Sociology Compass*, vol. 10, no. 6, pp. 769–780.

Polyák Gábor & Torbó Annamária (2019): Az újságírás-oktatás helyzete Magyarországon. Egy összehasonlító kutatás eredményei és tanulságai. *Médiakutató*, 20. évf. 2. sz. 81–87. o.

3 Bővebben foglalkozik a témával Polyák Gábor és Torbó Annamária a Newsreel projekt keretében végzett kutatásában, amelyben négy európai ország egyetemi szintű újságíró-képzéseit hasonlítja össze.

- Rétfalvy Györgyi (2012): Milyenek kell lennie egy gyakornoknak? Hát most már félistennek. A média elvárásai a kezdő újságírókkal szemben. In: Schleicher Nóra (szerk.): *Felsőoktatás és munkaerőpiac – tények, vélemények, tapasztalatok*, 86–116. o. Budapest: Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola.
- Selander, Staffan (1989): *Kampen om yrkesutövning, status och kunskap: Professionalisering ens sociala grund*. Lund: Studentlitteratur.
- Svennik Hoyer & Epp Lauk (1995): A hivatásos újságírás és a civil társadalom. *Jel-Kép*, 2. évf. 1. sz. 73–89. o.
- Szemere Miklós (1902): *Négy országgyűlési beszéd. Homestead. Az ifjúság nevelése. Újságíró-iskola. Honvédelmi nevelés*. Budapest: Athenaeum.
- Tófalvy Tamás (2014): Újságíró bárki lehet. *Médiakutató*, 16. évf. 1. sz. 23–28. o.
- Tófalvy Tamás (2017): *A digitális jó és rossz születése: technológia, kultúra és az újságírás 21. századi átalakulása*. Budapest: L'Harmattan.
- Vásárhelyi Mária (2009): Trendek és törésvonalak a magyar újságíró-társadalomban. In: Somlai Péter (szerk.): *Látás-viszonyok. Tanulmányok Angelusz Róbert 70. születésnapjára*, 276–292. o. Budapest: Pallas.
- Weyer Balázs (2015): Felmérés a magyarországi médiaképzésekről. *Médiakutató*, 16. évf. 1. sz. 11–21. o.
- Witschge, Tamara & Gunnar Nygren (2009): Journalism: A Profession Under Pressure? *Journal of Media Business Studies*, vol. 6, no. 1, pp. 37–59.

Abstract in English

Career opportunities for young journalists in Hungary

This research examines the opportunities for beginner journalists in Hungary and seeks to answer the questions of how they can use the knowledge earned at the university, what the expectations of editorial offices are, what employment opportunities they can expect during and after their studies, and how they see their own career opportunities. It is based on nine semi-structured interviews with the junior and senior journalists and editors-in-chief of Átlátszó, Átlátszó Oktatás, Direkt36, and 24.hu.

Keywords: journalism education, professionalism, young journalists

Gödri Rita 1995-ben született Kovásznán. Gimnáziumi tanulmányait az Újbudai Széchenyi István Gimnázium média tagozatán végezte. Alapszakos egyetemi tanulmányait a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karán abszolválta 2018-ban. Jelen tanulmányával a Kari Tudományos Diákköri Konferencián második helyezést ért el. Főbb érdeklődési területei: migráció, újmédia, politikai kommunikáció. Email: ritagodri17@gmail.com

Dési János

Zsoldosok

Esszé az újságírói attitűdök változásáról a rendszerváltástól az új cenzúráig

Az 1980-as évektől mindenképpen érezhetővé vált, hogy a sajtó mind szabadabb – még ha a teljes szabadságtól nagyon messze is járt még. Ugyan a pártirányítás¹ az évtized legvégéig így-úgy működött, ugyan sok tabutéma maradt, mégis egyre több független gondolat jelenhetett meg az első nyilvánosságban is.² Bár akadnak olyan jellegzetes írások, amelyek politikai instrukciókra nyilvánvaló hazugságot tartalmaztak (Demszky Gábor megveri a rendőröket az Esti Hírlapban,³ vagy Szabó László egyik-másik írása a Népszabadságban, például a boglári kápolnáról,⁴ Hajdu János írása Csoóri Sándorról⁵ stb.), a sajtót egyre kevésbé jellemezte a nyílt hazugság. A cenzúra bizonyos témákat szigorúan tiltott, másokat korlátozni próbált, ám az első nyilvánosság újságíróinak utasításra egyre kevésbé kellett hazudniuk, propagandaszövegeket közölniük – még ha az első nyilvánosságban nagyok is voltak a különbségek az egyes szerkesztőségek között. A közvélemény egyre inkább azokat tekintette pozitív példának, akik igyekeztek kimondani a valóságot, kijátszani a hatalmat (mint a Magyar Rádió 168 óra és Bagoly című műsora, a Magyar Nemzet sorozatai stb.). Ezzel szemben a Fidesz 2010-es hatalomra jutása után a féldiktatórikus rendszer újbóli kiépülésével drámaiak a változások, s egész újságíró-nemzedékek nőnek bele a szándékos hazugságok gyártásába a kormánypárti médiában dolgozva – és nyoma sincs annak, hogy tenni próbálnának ez ellen. Ez részben talán a foltokban megmaradt szabadság miatt van, hiszen az, akinek ezt nem veszi be a gyomra – és kevésbé törődik az egzisztenciális érdekeivel –, talán talál még valami helyet a maradék független sajtóban. Ez az írás egy újságíró szemszögéből idézi fel az újságírói attitűdök változásait, módszerét tekintve tehát az *insider view*, műfaját nézve az esszé kategóriájába tartozik.⁶

Kulcsszavak: cenzúra, függetlenség, kurázsi, pártállam, pártirányítás, politikai propaganda, sajtószabadság, szerkesztői szabadság

1 A „pártirányítás” az állampárti Magyar Szocialista Munkáspárt (MSZMP) irányítását jelentette. Szakirodalma bőséges, lásd például Bajomi-Lázár (2005), Horváth (2013) vagy – anekdotikus formában – Dési (2017).

2 Első nyilvánosságnak nevezték az engedélyezett, hivatalos sajtót, második nyilvánosságnak – szép eufemizmusmal – a nem engedélyezettet, az üldözöttet, a szamizdatot, amely azért mégiscsak jelen volt.

3 Lásd (szűcs) (1983).

4 Lásd Szabó (1973). Erről a történetről részletesen ír Kresalek Gábor (1998: 66) is: „...valószínűleg Szabó László III/III-as ügyosztály által sugallt Népszabadság-beli cikke ihlette. Javasoljuk a sajtóban az összejövetelek erkölcsi oldalát elemezni...” – szól az intézkedési terv. A cikkben a szerző kábítószer-élvezőkről, rendőrségi nyilvántartásban szereplő politikai ellenségekről, antiszemitékről, maoistákról szól. És persze meztelenkedésről. Szabó Happening a kriptában című cikke szó szerint megfelel a szerv instrukciónak, ennek ellenére Szabó még 1990-ben is azt állította, hogy cikkét lakossági bejelentésre írta.”

5 Lásd Hajdu (1983).

6 Beszámolóm a *Médiakutató* és az ELTE Média közös online konferenciáján elhangzott előadásom szerkesztett változata, remélem, vitára ösztönző. Inkább esszéisztikus, mint tudományosan megalapozott, ám harmincöt év empirikus tapasztalataira támaszkodik.

Miként vész el a megbecsülés?

A rendszerváltás előtti pillanatban, 1988-ban az újságírás a 8. legmegbecsültebb foglalkozásnak számított Magyarországon, ám ez 2016-ra a 75. helyre zuhant (Csány & Giczi 2018: 18), s minden valószínűség szerint – s nem is ok nélkül – mára már még mélyebbre jutott. Amíg 1988-ban elképzelhető volt, hogy az újságíróknak fontos a szerepük a hatalmi viszonyok megfelelő alakításában, a hatalom ellenőrzésében, az igazság közzétételében, addig mára a kormánypárti médiában foglalkoztatottak serege – látszólag kivétel nélkül – kiszolgálja a legdurvább kormánypárti megrendeléseket is az előre eltervezett médiakampányokban, lejárásokban, karaktergyilkosságokban is.

Pedig biztosan sokakban még mindig él a kép, hogy a sajtóban dolgozók alapvetően az igazságot akarják közléteni. Persze ez nem mindig sikerül, nem mindig hagyják nekik, de végül is ez lenne a szándékuk. (És most ne bonyolódjunk abba bele, hogy mi is az az „igazság”. Ráadásul teljes jószándékkal, meggyőződéssel is hihet valaki olyasmit, ami távol áll a valóságtól. Bonyolítja a dolgot, hogy az ideológiák, az érdekek, az ismeretek alaposan befolyásolják azt, mit hiszünk „igazságnak”. Ezzel együtt talán létezik az igazságnak egy köznapi értelme, amikor *szánt szándékkal* nem hazudunk – a következőkben az „igazság”, a „valóság” említésekor valami ilyesmit értünk alatta.)

Nyilván egészen más a helyzete a médiának egy lebomló diktatúrában és egy leépülő demokráciában. Annak bizonyítása nem tárgya ennek az írásomnak, hogy Magyarországon jelenleg a médiaszabadság gyors erodálása és a diktatórikus viszonyok megerősödése folyik. A következőkben inkább a jellemző újságírói magatartásokat, célokat próbálom vázolni, összehasonlítva az 1990 előtti időkben az első nyilvánosságban dolgozókat és a jelenkorban a hivatásos újságírókat – tehát nem foglalkozva a bloggerek, a vloggerek, az influenszerek népes és sok tekintetben a közvéleményre jelentős hatással bíró táborával.

Ha visszatekintünk a magyar sajtó történetére, akkor persze a nagy és szép teljesítményekre vagyunk büszkék, ezeket emlegetjük, idézzük a régmúltból és a közelmúltból. De ha valaki venné a fáradságot és átolvasná a magyar sajtó bő évszázados teljesítményét, minden valószínűség szerint azt tapasztalná, hogy a megjelent cikkek nagyobb része szakmailag és nyelvileg silány, jelentős részük ordas hazugság, politikai propaganda, felesleges szócséplés, az (elnyomó) hatalom kegyeinek keresése, revolverezés és értéktelen bulvár. Ha kilóra meg lehetne mérni, akkor a sok tonna értéktelennel szemben talán csak pár mázsa tisztességes, fontos, értékes írást találnánk. S nem csak az utókor szempontjából ítélve mondhatjuk ezt.

Demokráciahiányos viszonyok között – és a magyar történelem ritka kivételektől eltekintve ilyeneket adott nekünk – a valóságot, a lényegét, a hatalom számára fájdalmas, a társadalmi önismerethez nélkülözhetetlen tényeket igen gyakran csak rejtve, kódolva, hol a nyílt, hol a rafináltabban működő cenzúrát kijátszva lehetett közzétennie annak, aki ezért áldozatokat vállalt (Hegedűs 2001).

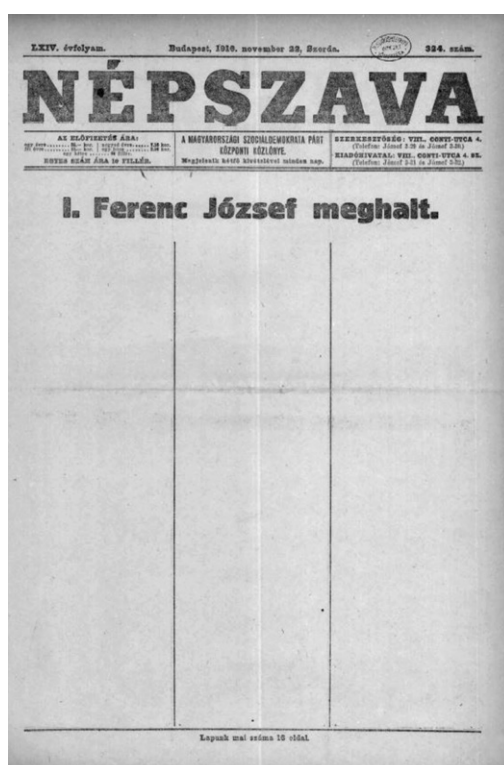
Hazugság és propaganda

Szomorú, de a sajtóban nyilvánosságra hozott cikkek, később rádió- és tévéműsorok meghatározó része egyszerűen nem volt igaz. Hazugság és propaganda. E tartalmat előállítók talán maguk is tudták, hogy hazugságot gyártanak, bár kétségkívül sokszor nem ismerték ezt fel, vagy nem akarták fölismerni.

Ám, hogy bonyolultabb legyen a helyzet, időről-időre kétségtelenül valódi, fontos hírek is előkerültek. Persze nem mindegy az arányuk a többihez képest – s sokszor ugyanabban a lapban, műsorban, ugyanaz a munkatárs előállított ilyet is, olyat is. És akkor még nem beszéltünk arról, amit elhallgatott a sajtó – ami szintén a hazugság része, gyakran persze kényszerből is. Ismeretes a Népszava címlapja Ferenc József halálakor, amely a főcímen kívül üresen maradt a cenzúra után (lásd az 1. képet). Vagyis olyan is van, hogy az újságíró megpróbálja, ám a hatalom megakadályozza bizonyos dolgok megjelenését.

1. kép

I. Ferenc József meghalt, Népszava, 1916. november 22.



Forrás: Arcanum Digitális Tudománytár

Az 1930-as, 1940-es évek médiája alig-alig írhatott valóságot a háborúról, a holokausztról. Akadtak bátor és kitűnő emberek, akik megpróbálták becsempészni a hírek közé a valóság morzsáit, sokszor nagyon komoly, személyes kockázatot is vállalva. Időnként átcsúsztak meglepő dolgok a cenzúrán. De azért a nyilas lapok – más pedig már nem volt – 1944. december végén is még a végső győzelemről írtak, miközben a kormány már rég elmenekült a városból, amely körül bezárult az ostromgyűrű. A zsidók még gyilkolják a becsületes magyarokat ezekben az írásokban – miközben a magyarországi zsidók túlnyomó többségét addigra már régen megölték (Dési 2017).

Az 1950-es évek sajtóját sem feszítették szét a Szovjetuniót bíráló közlemények, vagy azok, amelyek arról számoltak volna be, hogy Nyugat-Európában milyen az „elnyomott” dolgozók életszínvonala. Annál több hely jutott a sikerjelentéseknek, Pióker Ignác újabb nagyszerű teljesítményének⁷ és így tovább.

Az egymást váltó kemény és puha diktatúrák hol durvábban, nyílt cenzúrával, hol kevésbé látványosan, de elég hatásos eszközökkel – például a sajtóirányítás rendszerével, a főszerkesztők felelőssé tételével, a pártirányítással, az öncenzúra kialakításával – próbálták megakadályozni a nekik nem tetsző vélemények, tények napvilágra kerülését, és elérni a számukra kedvezőnek vélt tartalmak előállítását. A diktatúra azért is diktatúra, mert tart attól, hogy a valóság cselekvésre ösztönzi a tömegeket. Nem szemérmes, nem gondol túl sokat az általa elnyomottakról, nem misztifikálja a sajtó jelentőségét, de az „emberek” tudati szintjét sem. Hogy valóban komoly diktatúrákat említsünk:

Minden propagandának a néphez kell szólnia, és szellemi színvonalat azok legkorlátozottabbjaihoz beállítani, akikhez fordulni gondol. Szellemi szintjét annál mélyebbre állítja, minél nagyobb kell legyen a megragandó embertömeg. Ha pedig arról van szó,

⁷ Pióker Ignác (1907–1989) Kossuth-díjas lakatosgyalús, sztahanovista, a Rákosi-korszak példaképe.

hogy a propaganda [...] miként tudja hatáskörébe vonni az egész népet, úgy az elővigyázatosság a túlságosan magas szellemi feltevések elkerülésében nem lehet elég nagy. [...] A tömegek felfogóképessége nagyon korlátozott, az értelem kicsi, ezzel szemben a feledékenység nagy. E tényekből kifolyólag minden hatékony propagandának csak nagyon kevés pontra szabad korlátozódnia és ezeket jelszószerűen oly sokáig használni, amíg csak a legutolsó is képes egy ilyen szóval kapcsolatban maga elé idézni azt, a mit akarunk (Adolf Hitlert [1925] idézi Ormos 1994: 110).

Lenin is úgy vélte, a sajtó nem más, mint kollektív agitátor és propagandista, valamint kollektív szervező (Lenin & Sztálin 1901/1948: 33). Vagyis előállításához agitátorok és propagandisták kellenek, akik vagy elkötelezettségből, vagy mint megfizetett „zsoldosok” mondják azt, amit a hatalom képviselői a hatalom megszerzése vagy megtartása szempontjából fontosnak hisznek. A valóságnak, a sajtó ellenőrző funkciójának kevés helye marad. Mi következik ebből az újságírókra nézve? Annyi mindenképpen, hogy ezek szerint ők csak egy politikai akarat kiszolgálói, nem többek. Se lehetőségük, se túl sok esélyük az önállósodásra, és előbb-utóbb kérdés, az igényük egyáltalán megmarad-e a függetlenségre. Mindezek ellenére a Kádár-rendszer enyhülésével mégiscsak teret nyert az az újságírói attitűd, hogy miként lehet beszámolni mindarról, amiről nem szabad. Természetesen sokan voltak, akik ekkor sem próbálkoztak. De az újságírók fősodra, még azok is, akik meggyőződéses hívei voltak a rendszernek, többet akartak elmondani – ha másként nem, hát kijátszva az érzéketlen és vaskalapos sajtóirányítást.

Miként lehet kijátszani a gyanakvó hatalmat? Az egyik bevett módszer a „sorok között írni” – azaz nem kimondani, de érzékeltetni dolgokat. Ami annál is inkább működőképes, hiszen az értő olvasó pontosan tudja, hogy a sajtó nem szabad, sokszor csak kódolt, elrejtett üzenetekből lehet következtetni a valóságra. Ahogy 1973-ban Bródy János írta:

Jelbeszéd az életünk, de túl sok ember van
 Ki többre nem, csak jelszavakra gondol
 [...]

 engem már más nem ért, csak az ki jól megfigyel.”⁸

Ha két államszocialista ország vezetői között „elvtársi légkörben” zajlott a tanácskozás, akkor az nyilvánvalóan azt jelentette, hogy nagyon súlyos vita alakult ki köztük. A finom utalások, a bevett kódok segítettek eligazodni – éppen ezért ma már nehezen érthető mindez. Aki megnézi az 1970-es évek Magyar Nemzetét és Népszabadságát, kevés különbséget talál. Pedig a kortársak szerint a Magyar Nemzet szabadabb volt, többet engedhetett meg magának, csak éppen a késői olvasó nem nagyon érti, ismeri fel ezeket az üzeneteket. De az újságírók – legalábbis egy részük – mindenképpen próbálkozott eljuttatni az üzenetét, még ha zsákba kötve próbált is táncolni.

Sok visszaemlékezés számol be arról, hogy az 1960-as és az 1970-es években még a párt központi lapjánál, a Népszabadságnál is tettek kísérletet a szabadabb közlésre. A kulturális rovatot vezető Komlós János kollégától a kézirat átvételekor állítólag rendszeresen azt kérdezte: „Hol az akna benne?” (Kertész 2002). Azaz mit akarnak becsempészni a cikkbe a munkatársak, amivel túljárnak a hatalom eszén, amiből baj lehet. Persze a „hatalom” sem volt teljesen tökkelütött. Képviselői pontosan tudták, hogy egy-egy ilyen bent maradt „akna” nem feltétlenül dönti romba a szovjet világrendet, a közönség egy része pedig örül neki. Időnként persze a legváratlanabb dolgokból is nagy botrányok, fegyelmik, kirúgások tudtak összejönni – a bizonytalanság fenntartása használt az öncenzúrának, sokan inkább meg sem próbálkoztak kitapogatni, hol vannak azok a bizonyos falak, amelyek nem lehet túlmenni. Például az 1980-as évek sikerlapjának, a Képes 7-nek a főszerkesztőjét azért rúgták ki, állítólag kifejezetten Kádár Jánosné utasítására, mert megjelent egy interjú Ernyey Béla színésszel (Szilágyi 1986), aki kifejtette, hogy ő azokat a nőket kedveli, akik borotválják a hónaljukat. És ez már túl erkölcsstelennek számított (Dési 2017: 164).

⁸ Bródy János: *Jelbeszéd*, <https://songbook.hu/lyrics/8222/jelbeszed>.

Vagyis néha a legváratlanabb dolgokból lehetett baj. Ezzel együtt egyre többen kaptak vérszemet, és próbáltak a valóságból valamit megmutatni. Ha nem lehet tudósításokban, hírekben beszámolni erről – ráadásul nyilvános, érdemi belpolitikai viták sem voltak, így tudósítani, de még véleménycikket sem lehetett írni erről –, akkor meg kell hozzá találni a megfelelő műfajokat. Ilyen lett a riport, amelyben sok mindent el lehetett mondani. Ha a Magyar Nemzetben egy vándorcirkusz viharos élete szerepel nyomorúsággal, nélkülözéssel, kiszolgáltatottsággal, hatalmi önkénnyel (Boros 1983), akkor a közönség is megérti a sorozatból, hogy ez csak metafora – még ha minden szava igaz is –, amely a magyar viszonyokról szól. Belekötni mégis nehéz, hiszen igaz. Persze az ilyen témák megtalálásához ügyesség és ravaszság kellett. Mert a szerkesztők is résen voltak. Szegénységről, devianciáról például alig-alig lehetett írni. A lapokat nem „cenzorok” ellenőrizték, hanem szerkesztők, főszerkesztők – bár ez nem jelenti azt, hogy néha ne lettek volna cinkosok egy-egy olyan írás megjelentetésében, amelyet a hatalom képviselői nem néztek jó szemmel.

Akadtak, akik ki tudták használni személyes tekintélyüket ahhoz, hogy amúgy tiltott dolgokat tehessenek közzé. Bár Raoul Wallenberg-ről, a holokauszt idején Budapesten zsidók tízezreit megmentő diplomatáról nem lehetett nyilvánosan beszélni, miután minden valószínűség szerint a szovjetek ölték meg, Gobbi Hilda, a legendásan jó politikai kapcsolatokkal rendelkező színész egy egész rádióműsort csinálhatott róla az 1970-es években az amúgy meglehetősen szigorúan ellenőrzött Magyar Rádióban (Dési 2020). S ha már színésznők: Péchy Blanka nyelvvédő sorozatában az u-betű helyes használatát ekképpen szemléltette a Magyar Nemzetben: „Szovjetunió, unom, utálom” (Péchy 1974). És hogy tudta mit tesz, az is bizonyítja, hogy a megjelenés után közölte, ezért most neki nagyobb honorárium járna (Dési 2017: 164–165). A cenzorok is tanultak a hibából, és Péchyt kirúgták a laptól, bár a Magyar Rádióban folytathatta nyelvvédő sorozatát.

Mégis, ezek sokáig inkább kivételek voltak. Az kétségtelen azonban, hogy egyre többen próbálták meg feszíteni a határokat, és szakmai tekintélyt az szerzett, aki a többieknél bátrabban lépett föl a nyilvánosságban. Ma már nehéz megérteni, miért volt nagy dolog, amikor Mester Ákos – miután a Posta nagyhatalmú vezetője nem volt hajlandó interjút adni neki – egy üres széket mutatott be a tévében 1986-ban. De a maga idejében ez azt jelentette, hogy a hatalom képviselőivel szemben is föl lehet lépni. S valószínűleg ezek után egyre többen mertek egy picit megint bátrabbak lenni. Mestert állítólag az eset után eltiltották egy évre a műsorvezetéstől, mindenesetre egy évvel később már interjúkötete jelent meg *Ki ül a székbe?* címmel, a címlapon az üres széknek – mint jelképnek – dőlő szerzővel (Mester 1987).

A mind bátrabb nyilvánosság egyik fontos fóruma a Magyar Rádió lett az 1980-as évekre. A Bagoly (Szénási Sándor, Győrffy Miklós, Bölcs István), a 168 óra (Mester Ákos) vagy később a Krónika munkatársai (Bolgár György, Farkas Zoltán, Rangos Katalin) sokat tettek kollégáikkal együtt azért, hogy áttörjék a pártállami cenzúrát. Kétségtelen, a rádió is ellentmondásos hely volt. Ahogyan a Krónika rovat vezetője, Farkas Zoltán (2020) visszaemlékezik könyvében, ők azért mondhattak el bátrabban másoknál bizonyos dolgokat (például mekkora a magyar adósság valójában, vagy mi a Világbankhoz való csatlakozás története), mert bőven akadtak olyan munkatársaik, akik körömszakadtukig ragaszkodtak a pártállam védelméhez, ezzel mintegy megóvva, eltakarva azokat, akik viszont a nagyobb nyilvánosságért küzdöttek.

Nyilvánvaló: a politikai enyhülés is kellett hozzá, de egyre inkább fölbátorodtak, s így bátorították egymást az újságírók, s tettek meg mind többet azért, hogy egyre több dolog kerüljön elő. A politikai célból való hazudozás napról napra kínosabb lett, s szinte vadásztak a munkatársak a korábban elhallgatott történetekre, témákra – volt belőlük jócskán –, hogy a nagyközönség bepótolhassa mindazt, amiről lemaradt. A Nyilvánosság Klubba tömörült újságírók és társadalomkutatók egészen határozottan álltak ki a sajtószabadság mellett, és igen kevesen maradtak, akik a cenzorok pártjára álltak.

Pandurból rabló

A következő években pedig sok pandurból lett remek rabló. És nem kevesen akadtak, akik bár korábban részt vettek a manipulált sajtó működtetésében, vezetésében, maguk is a nyilvánosság úttörői lettek. Nem beszélve azokról, akik – Illyés Gyula szép szavával – ugyan „magánszorgalmú kutyák” voltak, később mégis úgy emlékeztek, ők döntötték meg a szovjet birodalmat. Mindezzel együtt az, aki valóban újságírónak gondolta magát,

a nyilvánosság, az átláthatóság oldalára állt. Részben a bulvár megjelenése is ebbe a sorba illett. Mert a kádári rendszerben a pletykalapok sem nagyon működhettek, klasszikus bulvár szintén nem volt – tehát ennek a megjelenése a rendszerváltással is fontos győzelemnek tűnt a nyilvánosság felé vezető harcban. Még akkor is annak tűnt, ha a bulvár megjelenését alapvetően gazdasági érdekek motiválták.⁹

Az újságírók jelentős része nem akart cenzúrát, nem akart hazudni. Amikor a korszak egyik első bulvárhetilapjában, az egyébként 15 százalék erejéig az MSZMP tulajdonában álló Reformban egy szavazáson az „Év reformemberének” az akkori MSZMP vezetőt, Grósz Károlyt hozták ki győztesnek, pedig nem ő kapta a legtöbb szavazatot, akkor a lap munkatársai Emőd Pál vezetésével leplezték le a csalást.¹⁰

De az édes élet nem tartott sokáig. A politikához dörgölődő médiavállalkozók, az üzleti érdekek hamarosan kikezdték a rövid ideig élő szabadságot, még ha az új helyzetet nem is lehet összehasonlítani a régivel. Hiszen mind szűkülőbb szigeteken, de még mindig van szabadság. (És megjelent az internet, amely sok szempontból – de nem mindegyikből – alakította át a játékteret.) Két dolog mindenestre kiderült. Az egyik az, hogy a közönség jó részének nincs igénye a valós tájékoztatásra, minden további nélkül beéri a propagandasajtó hazugságaival. Kétségtelen, sok helyen már csak a kormányzati propaganda érhető el a legegyszerűbben. De viszonylag kis utánajárással hozzáférhető lenne a maradék szabad sajtó – mégis csak egy relatíve szűk rétegnek van erre igénye. A másik az, hogy az újságírók egy nagy része könnyen beleilleszkedik az új, hazugságokra, lejáratásra, karaktergyilkosságokra épülő rendszerbe. És nem nagyon hallunk afféle próbálkozásokat, amelyek a Kádár-kori újságírókat mégiscsak jellemezték. A tudatos hazugság elfogadott magatartássá vált a kormányfüggő médiában.

Aki a 2011. januári sok tízezres tüntetésről az Opera előtt a tévében az üres utcát mutatja, maga is tudja, hogy hazudik. Aki azt a feliratot teszi fel a képernyőre a százmilliárddal kitömött állami propagandatévében a washingtoni Capitolium ostromakor, hogy Joe Biden elnöksége káoszt hozott, maga is tudja, hogy hazudik – amit persze manipulációnak is lehet nevezni, de attól még hazugság. Az az MTI fotós, aki belemegy abba, hogy csak életerős fiatal férfiakat lehet fotózni a menekültek között, gyerekeket, nőket, családokat nem – miközben ők is nagy számban láthatóak a helyszínen¹¹ – nyilvánvalóan hazudik. Ahogy az a szerkesztő is, aki efféle szempontok szerint válogatja a képeket.

A nyílt lázadókat, de még a próbálkozókat sem nagyon tűri meg ez a rendszer. Persze a Kádár-érában sem feltétlenül a lázadás volt a szakmai előmenetel legjobb biztosítója. Mégis elég sokakban élt a meggyőződés, hogy azért újságírók, hogy küzdjenek az igazságért. Ma ki tudna ilyen történeteket felhozni a kormánypárti sajtóból? Akinek nagyon nem veszi be a gyomra, és jól bírja az egzisztenciális bizonytalanságot, talán talál magának független orgánumot, de Budapest határain túl ez is szinte reménytelen. Az állami kézben tartott sajtóban pedig gyakorlatilag soha nem találunk kibeszélést. Még a sorok között sem.

De miért is gondolnánk, hogy az újságíróknak állók nagy tömegekben jobbak lennének, mint a társadalom többi tagja? Ráadásul mind több olyan fiatal kerül a pályára, aki ezt már így szokta meg, neki ez az újságírás, nem nagyon lát más mintát maga előtt. S bizonyára többen ezt gondolják a helyes útnak. Marad egy csoport, amely a kritikára azt feleli: „félek” – amire persze sokszor oka is van. Ráadásul elég kényelmes magyarázat – ha félek, akkor nem kérhető rajtam számon, miért állok a hazugok sorába.

Látjuk, az intézményi feltételek – a hatalom és a pénz – sokkal jobban meghatározzák a sajtó minőségét, mint az egyes egyének szándéka. De az is történelmi tapasztalat, hogy gyáva népnek nincs hazája. Ha mindenki beletörődik a helyzetbe, akkor mitől változna? Ha kirúgnak egy szerkesztőséget, és felmond minden tagja, mert nem ért egyet azzal, hogy gleichschaltolni akarják, rögtön ott egy másik garnitúra. Vanczák János, a Népszava szerkesztője 1920-ban a Somogyi–Bacsó gyilkosság után legalább közvetlen életveszélyben ajánlotta fel a munkásság kérges kezét Horthynak, azaz föladta a nyílt ellenállást. Most ugyanez a lap nemcsak kormánypárti hirdetéseket hoz, hanem Brüsszel-elleneseket is – mert különben nem tudna fennmaradni. Ettől aztán a lap

9 1989 februárjában jelent meg először a Mai Nap, amely már eltért a korábbi „szeriöz” kiadványoktól.

10 Haszán Zoltán: Csalással lett Grósz az év reformembere. *Index*, https://index.hu/belfold/1989/2009/02/02/csalással_lett_grosz_az_ev_reformembere/.

11 Keller Alánt Ákos: Az MTI a fényképeken is erősen szűri a valóságot. *Szabad Európa*, <https://www.szabadeuropa.hu/a/mti-foto-fenykep-cenzura-mtva/31042333.html>.

készítői és olvasói is sejtik, hogy bár sok fontos hír megjelenik ott, de van egy határ, amelyen nyilván nem léphetnek túl, nem kockáztathatnak – de legalább még megjelenhetnek.

Visszatért a régi kor. Aki bátor, pillanatokon belül a perifériára szorul. Nincs hirdetési piac, nincs pénz – csak állami kegyből juttatott apanázs. Az internet, a közösségi média kétségtelenül új lehetőséget jelent – de ott sem érdemes csodákra várni. Reménykeltő, hogy remek oknyomozó portálok, nagyszerű híroldalak is működnek. Létezik közösségi finanszírozás – Klubrádió, Telex –, ami anyagi függetlenséget jelent ugyan az állammal szemben, de ha elveszik frekvenciát, akkor azért az sem az igazi. Még ha az interneten viszonylag nagy kör érhető is el.

A kádári világban nem volt „politika” a szó vitatkozó, pártosodó értelmében semmiképpen. Mára kiderült, a politika olyan, mint a foci. A drukker (a politikai média fogyasztója) nem arra vágyik feltétlenül, hogy leleplezzék a csapatát, hanem hogy a szpíker az övéinek drukkoljon. A kritikai hangra a még politika iránt érdeklődő, egyre fogyatkozó közönség sem különösebben vevő. Határozott politikai favoritjai vannak annak, aki a politikai sajtót fogyasztja, mint drukker ennek a csoportnak a támogatását várja el.

A kör bezárult? Egy rilkei fordulattal mégis azt állítom, nem reménytelen a helyzet. Mert minden riasztó feltétel és jel ellenére sok tehetséges és bátor fiatal kollégát ismerek, aki nem hagyja magát. Remény van – de csak akkor ér ez valamit, ha társadalmi igény is érzékelhető a szabad hangra.

Irodalom

Bajomi-Lázár Péter, szerk. (2005): *Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Boros István (1983): Cirkusz Torino I-V, *Magyar Nemzet*, V. 13–19., 5. o.

Csányi Gergely & Giczi Johanna (2018): *Microcenzus 2016, 13. kötet. A foglalkozások presztízse*. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal.

Dési János (2017): *Lévai Jenő és a zsidósors*. Budapest: Citoyen.

Dési János (2017): *Sajtóstul a házba*. Budapest: Noran-Libro.

Dési János (2020): Raoul Wallenberg emléke – Hosszú időn át hallgattak róla, de Gobbi Hildának nem mertek nemet mondani. *168 óra*, I. 19., <https://168.hu/kultura/raoul-wallenberg-emlek-holokauszt-szocializmus-radio-magyarország-180609>.

Farkas Zoltán (2020): *Egy gyűjtő arcképcsarnokából – 13 portré*. Budapest: Park Könyvkiadó.

Hajdu János (1983): Utószó egy előszóhoz. *Élet és Irodalom*, XI. 16.

Haszán Zoltán (2009): Csalással lett Grósz az év reformembere. *Index*, https://index.hu/belfold/1989/2009/02/02/csalással_lett_grosz_az_ev_reformembere/.

Hegedűs István (2001): Sajtó és irányítás a Kádár korszak végén. *Médiakutató*, 2. évf. 1. sz. 45–60. o.

Horváth Attila (2013): *A magyar sajtó története a szovjet típusú diktatúra idején*. Budapest: A Médiatanács Médiatudományi Intézete.

Keller Alánt Ákos (2021): Az MTI a fényképeken is erősen szűri a valóságot. *Szabad Európa*, <https://www.szabadeuropa.hu/a/mti-foto-fenykep-cenzura-mtva/31042333.html>.

Kertész Péter (2002): *A Komlós*. Budapest: Ulpius.

Kresalek Gábor (1998): Boglár '73, *Beszélő* 1998. április–június, 64–66. o.

Lenin, Vladimir I. & Jozsif V. Sztálin (1901/1948): *A sajtóról*. Cikkgyűjtemény. Bukarest: Román Munkáspárt.

Mester Ákos (1987): *Ki ül a székbe?* Budapest: Idegenforgalmi Propaganda Kiadó Vállalat.

Ormos Mária (1994): *Hitler*. Budapest: T-Twins Kiadó.

Péchy Blanka (1974): Zúrzavar a hangzók világában, *Magyar Nemzet*, november 10., 11. o.

Szabó László (1973): Happening a kriptában, *Népszabadság*, XII. 16., 2. o.

Szilágyi János (1986): A színész női. *Képes* 7, 1986, X. 18., 46–51. o.

(szűcs) (1983) Nem használt a figyelmeztetés: Rendőrökre támadt az autós. *Esti Hírlap*, XII. 22., 4. o.

Abstract in English

Mercenaries. Essay on the changing attitudes of journalists since the political transformation and until the rise of new censorship

By the early 1980s, it became evident that the press had gained some freedom – though ‘some freedom’ is not real freedom. The Hungarian Socialist Workers Party still exerted pressure on the media until the end of the decade, but the attitude was more relaxed and the media became more diverse. There were attempts to propagate official policies that were based on apparent lies, but the media in general were less ready to accept these fabrications. Some topics were rigorously banned, others less so, but journalists working in the state media did not need to adhere to orders any more, and the policy of editorial offices became diverse. The general public appreciated efforts to convey the truth. By contrast, after Fidesz came into power in 2010, a new semi-authoritarian regime began to take shape, and a whole new generation of journalists working for the pro-government press is now trained to create upfront deception – and there is nothing to support the view that they would try to change this situation. Tiny scraps of remaining freedom may explain this, because those who are not willing to comply and do not care much about financial gains still have a chance to find a job in the few remaining independent media outlets.

Keywords: censorship, courage, editorial freedom, freedom of the press, independence, party governance, party state, political propaganda

Dési János (1964) újságíró, szerkesztő. A régi Magyar Nemzet (1986–1991) és Magyar Hírlap (1991–1996) munkatársa, a Népszava rovatvezetője, majd főszerkesztő-helyettese (1996–2014), az ATV szerkesztő-műsorvezetője (2001–2014), a Klubrádió műsorvezetője (2001–), 13 könyv szerzője. Email: janos.desi@gmail.com.

Sz. Nagy Gábor

A papírválság mint politikai fegyver a koalíciós időszakban

Tanulmányomban az 1945 és az 1948 közötti időszakban folyamatosan fennálló papírválsággal foglalkozom. Azt vizsgálom meg, a sajtópolitika területén ez milyen lehetőséget nyújtott a kormányzó pártoknak arra, hogy korlátozzák bizonyos sajtótermékek megjelenését. Előbb röviden bemutatom a korszak lapengedélyezési mechanizmusát, majd rátérek a papírkiutalás rendszerének bemutatására, végül összegzem kutatásom legfontosabb eredményeit.

Kulcsszavak: koalíciós időszak, papírellátás, papírválság, sajtópolitika

Bevezetés: a koalíciós évek sajtópolitikája

Az 1945 utáni politikai és gazdasági változások a magyarországi sajtóra is hatást gyakoroltak. A korábbi kormányzati, állami struktúra ebben az időszakban is megmaradt: a Miniszterelnökség, a Belügyminisztérium, majd 1946 után egy rövid ideig a Tájékoztatásügyi Minisztérium felügyelte a sajtópolitikát. Ugyanakkor valódi hatalom (a Belügyminisztériumon kívül) nem összpontosult e szervek kezében, ahogy a Nemzetgyűlés, majd az Országgyűlés kezében sem. Ez pedig jól mutatja, hogy a médiában is érvényesült a pártokrácia mint politikai rendszer: a médiafelügyeletet az állam helyett a kormányon lévő pártok gyakorolták, és a médiát is e pártok birtokolták, vagy az ő bejegyzésükkel juthattak lapengedélyhez a társadalmi, a kulturális és az egyéb szervezetek (az egyház, a szakszervezetek, az ifjúsági mozgalmak stb., lásd Bene & Sükösd 2020: 80).

Nem történt érdemi változás a jogi környezetben sem. Noha igény és terv volt rá, nem született meg az új sajtótörvény, így nagyrészt továbbra is az 1945 előtti jogszabályok alapján szabályozták a sajtó működését. Ugyanakkor a Magyar Nemzeti Függetlenségi Front pártjai és az Ideiglenes Nemzeti Kormány is kiállt a sajtószabadság mellett, még ha ennek érvényesítése – egyes kormányon kívüli politikai pártok véleménye szerint – hagyott is némi kívánnivalót maga után.

Lapengedélyezés, lapbetiltás

Az 1945 és 1948 közötti időszak lapengedélyezése egy rövid, 1944 októberétől 1945 tavaszáig tartó időszakban meglehetősen egységes volt, ám a fokozatos kommunista hatalomátvétel egyre szélesebb körű terjedésével módszerben változott – az azonban elmondható, hogy az alapelvek az egész időszakban változatlanok maradtak. Az 1945. januári moszkvai fegyverszüneti egyezmény értelmében Magyarországon sajtóügyekben (is) a legfontosabb szereplő a Szövetséges Ellenőrző Bizottság (SZEB) volt.¹ A magyar kormány és a sajtófelügyelettel megbízott kormányzati (Miniszterelnökség) és miniszteriális szervek (Tájékoztatásügyi Minisztérium) mindössze a lapengedélyek felter-

¹ Az Ideiglenes Nemzeti Kormány 525/1945. M. E. számú rendelete a fegyverszüneti egyezmény kihirdetése tárgyában. *Magyar Közlöny*, 1945. március 17.

jesztésére voltak jogosultak.² Volt azonban egy – jogszabályként soha meg nem jelenő – kivétel: politikai lapot csak a SZEB által is elfogadott politikai pártok adhattak ki. Ez az időszak 1947. szeptember 15-éig tartott, amikor a párizsi békeszerződés értelmében a SZEB-nek megszűnt a mandátuma az országban. Ettől kezdve a lapengedélyezés a magyar hatóságokhoz került vissza. 1947-ben, a békeszerződés ratifikálása után ismét életbe lépett az 1914. évi sajtótörvény is, amely lehetőséget biztosított arra, hogy minden külön engedély nélkül, csak bejelentési kötelezettség mellett bárki lapot alapíthasson. Ezt akadályozták meg egy rendelettel,³ amely arra kötelezte a már megjelent sajtótermékek tulajdonosait, hogy lapjukat újra bejelentésük a Tájékoztatásügyi Minisztériumnál, mégpedig október 31-ig. Aki ezt addig nem tette meg, az elveszítette a lap kinyomatási engedélyét. A határidőig 463 kérelem érkezett be, ebből 405 kapta meg az engedélyt. A határidő után beérkezett 46 kérelemből végül további 40 kapott lapengedélyt. Összesen tehát az 509 kérelem 87 százalékát pozitívan bírálták el, ami 445 lapot jelentett (Sz. Nagy 2017a: 11–21, 2017b: 205–210).⁴

A lapbetiltás mint rendészeti eszköz alkalmazása során az illetékes szerv (jelen esetben a Belügyminisztérium) ideiglenesen visszavonta a betiltott lap engedélyét (végleges visszavonás a vizsgált időszakban nem volt). Ennek során az adott sajtótermék nem kapta meg a betiltás időszakaára a kiutalt papírmennyiséget, ami komoly gondot okozott a későbbi újramegjelenés során ([Sz.] Nagy 2019: 143–170).

A lapengedélyezés azonban csak az egyik, még ha jogi szempontból a legfontosabb feltétele is a lapindításának. A lap fizikai megjelenéséhez szükség van papírra is. Azt már láthattuk, hogyan vált a lapengedélyezés politikai fegyverré 1945 után (a média politikai instrumentálása egyébként nem volt kevésbé jellemző 1945 előtt sem bizonyos időszakokban: gondoljunk csak az 1861 és az 1867 közötti időszakra, a tanácsköztársaság vagy a nyilas uralom hónapjaira). A kérdés az, hogy miként válik a papírelosztás politikai fegyverré, még ha a sajtótermékek papírellátása nem is szűkíthető le erre. Ugyanakkor, amint látni fogjuk, 1947 szeptembere után ez lett az elsőszámú lehetőség a nem kívánt sajtótermékek visszaszorítására – ahogy az történt korábban az első világháborúban, 1918–1919-ben és a Horthy-korszakban is.

Az 1945 utáni sajtótörténet akár leírható a folyamatos papírválságok egymásutánjaként is. Ideális körülmények között a kiadóvállalat a piacról szerzi be a papírt, piaci áron, amit a kereslet és a kínálat szab meg. 1945-ben azonban korántsem beszélhetünk ideális körülményekről. A háború után alig maradt felhasználható papír az országban, és ami volt, azt is lefoglalta a szovjet hadsereg. Akárcsak a nyomdákat és az üzemeket. A papírgyárak nem működtek, így a lapok ellátásához szükség volt az országban fellelhető papírmennyiség felkutatására, lefoglalására és a Magyar Nemzeti Függetlenségi Front (MNFF) pártjai közötti szétosztására. A kormány ezért a szovjetekhez fordult, hogy engedélyezzék a papírkészletek lefoglalását, amire meg is kapták az engedélyt. A készletet zár alá vétele után adta ki az ideiglenes magyar kormány az ezt szabályozó rendeletét 1945 márciusában.⁵ Eszerint minden, a nyomdaiparban felhasználható papírkészletet be kellett jelenteni a területileg illetékes törvényhatóság első képviselőjének (polgármester stb.) – a hazai és a külföldi beszerzést is. Így a kormány zár alá vette a papírkészletet, amelynek felhasználásáról ő maga döntött – igénybejelentés alapján, a meghatározott célra. Ezért a nyomda a területileg illetékes törvényhatóság első tisztviselőjének nyújtotta be a kérelmét, pontosan megjelölve a felhasználás célját, mennyiségét, minőségét. Így a kormánynak már lehetősége volt arra, hogy a valóban fennálló papírhányra hivatkozva tagadja meg az olyan sajtóorgánumok kiadását, amelyek esetében nem volt megbízható politikai pártfogó (akár egy személy, akár egy párt szervezet), vagy pedig a pártoknak nem volt érdekük több azonos témájú lap megjelenése (például az egyházi lapok nagy része, a kulturális és a sportlapok esetében).⁶

2 A felterjesztés csak azokra a lapokra volt kötelező érvényű, amelyek rendszeresen, évente legalább tíz alkalommal megjelentek. Az ennél ritkábban megjelenő lapok számára a lapengedély kiadására nem volt szükség. Ez természetesen sok kiskapura adott lehetőséget. Jó példa erre a Rajk László által decemberben betiltott Magyar Polgár című időszaki lap. A lapot a Polgári Demokrata Párt kaposvári és somogyi szervezete adta ki, mégpedig úgy, hogy általában tíz naponta jelent meg, mindig más címmel: Magyar Polgár, Somogyi Magyar Polgár, Új Magyar Polgár, Kaposvári Magyar Polgár stb. ([Sz.] Nagy 2019: 138).

3 A Magyar Köztársaság Kormányának 11.290/1947. Korm. rendelete a sajtótermékek és terjesztésük engedélyezésének ideiglenes rendezése tárgyában. *Magyar Közlöny Rendeletek Tára*, 1947. szeptember 23.

4 A lapengedélyezésről részletesen lásd [Sz.] Nagy (2019: 119–143).

5 Az ideiglenes nemzeti kormány 340/1945. M.E. számú rendelete a nyomdaiparban felhasználható és papír bejelentéséről és zárolásáról. *Magyar Közlöny*, 1945. március 13. 1. o.

6 A papírgazdálkodásról részletesen lásd [Sz.] Nagy (2019: 72–143).

A papírhiány azonban a második világháború után nemcsak Magyarországon volt súlyos probléma, hanem Európa más országaiban is. A lapok több esetben is hírül adták, hogy egy-egy országban emiatt korlátozzák a lapok megjelenését, vagy csak alig jelennek meg sajtótermékek.⁷ Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a papírgyártást megnehezítette a téli hónapokban fellépő szén- és nyersanyaghiány is. Mindezek mellett papírra nem csak a sajtónak volt szüksége: a papírgyáraknak el kellett látniuk egyebek között a hivatalokat is az ügyintézéshez, és szükség volt papírra a könyvek kinyomtatásához is (gondoljunk csak a tankönyvek teljes revíziójára és cseréjére).

„Jó fegyver van a kezünkben: a papírkiutalás”⁸

1945 tavaszán a Magyar Kommunista Párt (MKP) jó érzékkel ismerte fel, hogy az adott politikai körülmények között a sajtót nem lehet adminisztratív vagy sajtórendészeti eszközökkel korlátozni. Erre kizárólag a papírelosztás felügyeletének a megszerzése teremt lehetőséget: így nem politikai, hanem tisztán gazdasági érdekekre hivatkozva tudták befolyásolni a lappiacot, mégpedig olyan kormányzati pozícióból, amely azt mutatta, hogy mindez nem az MKP, hanem a kormány, azaz a MNFF pártjainak közös döntése és érdeke.

Ennek megfelelően 1945 nyarán a baloldali pártok annak a véleményüknek adtak hangot, hogy a súlyos papírhiány ellenére is rengeteg olyan lap kapott engedélyt és kiutalást, amely nem szolgálta a demokrácia érdekeit – köztük bulvárlapok is. Ezért pedig egyértelműen Balogh István politikai államtitkárt, a Független Kisgazdapárt (FKGP) sajtóügyekben nagyhatalmú politikusát tették felelőssé. A helyzet azonban nem volt ilyen egyszerű. A papírhiány oka az volt, hogy 1945 nyarán egyedül a csepeli Neményi Testvérek Papírgyár Rt. tudott rotációs papírt előállítani, amelynek azonban a jóvátétel fejében zárolták a nyersanyagkészletét, és a legyártott papír legnagyobb részét a Szovjetunióba vitték. Ezért a gyár úgy döntött, hogy felhagy a rotációs papírgyártással. Mindezek mellett a gyár gépeit is le akarták szerelni a jóvátétel fejében (G. Vass 2011). Így elmondhatjuk, hogy a botrány egy valóban létező gazdasági válságot használt ki, amelyből a kommunista párt politikai tőkét kovácsolt, hogy így ragadja magához a papírelosztás irányítását.

A botrány kiinduló eleme az volt, ahogy azt már szintén említettem, hogy a túl sok lapengedély kiadása miatt egyre szűkebb lett a koalíciós pártok lapjainak kiutalható mennyiség. Kovács Imre, a Nemzeti Parasztpárt (NPP) főtitkára szerint az lett volna a megoldás, ha visszavonnák a nem szükséges lapengedélyeket, valamint a kormány államosítaná a Neményi papírgyárat a papírgyártás zavartalan fenntartása, végső soron ellenőrzése miatt. 1945. június 19-én a Szabad Szó vezércikkben hívta fel a helyzetre a figyelmet,⁹ és drámai hangon közölte: „Erre a rendkívüli kiadásra az utolsó tekerics rotációs papírt használtuk fel.” Másnap nem jelent meg a lap, de 21-én már újra megjelent. Tehát összesen egy napra hallgatott el a NPP központi lapja, de az ügy hatása jóval nagyobb volt, hiszen a botrány miatt Balogh Istvánt a kommunista párti Kállai Gyula váltotta mint a sajtóügyek irányítója. Aschner Pált, a Neményi Papírgyár Rt. igazgatóját pedig feltehetően koholt vádak alapján (árdrágítás miatt) letartóztatták, ennek ellenére az 1948-as államosításig a posztján maradt (Sz. Nagy 2014: 105–115).

Nem tudjuk pontosan, hogy a Szabad Szó egynapos elnémulásában milyen szerepet játszott az MKP, ennek ellenére ez, valamint a Neményi papírgyár döntése a rotációs papírgyártás felfüggesztéséről lehetőséget biztosított

7 Csak néhány példa az 1945 és 1948 közötti időszakból: Franciaország: „Meghalok, hogy éljen Franciaország”. *Szabad Nép*, 1945. április 10. 5. o.; Románia: Erdélyi levél. *Népszava*, 1945. április 11. 2. o.; Nagy-Britannia: Moszkva, London és Washington ünnepli a győzelem napját. *Magyar Nemzet*, 1945. május 9. 1. o., K.K.: Egy világlap centenáriuma. *Kis Ujság*, 1946. január 24. 3. o.; Madarassy Zsuzsa: Könyvkritika Angliában. *Haladás*, 1946. augusztus 10. 10. o.; Jugoszlávia: Halász Ernő: Így élnek Jugoszláviában 1945-ben. *Magyar Nemzet*, 1945. november 25. 3. o.; Egyesült Államok és Kanada: A papírhiány. *Magyar Nemzet*, 1946. május 2. 2. o.; Svájc: Jelentés a világ bor-helyzetéről. *Magyar Nemzet*, 1946. június 29. 7. o.; Németország: v. m.: Írók és könyvek Németországban. *Magyar Nemzet*, 1946. október 10. 3. o., Kristóf Károly: Budapesti „kamaraénekesnő”, főszerkesztőből lett cigány és más furcsaságok rom-Németország kultúreléletében. *Világ*, 1947. április 30. 3. o., Aba Iván: Nürnbergi levél. *Haladás*, 1948. január 22. 5. o.; Olaszország: Fóthy Ernő: Itáliai képeslap. *Magyar Nemzet*, 1947. március 25. 6. o.; Csehszlovákia: Dr. H. Munka Tivadar: Prágai hírek. *Magyar Nemzet*, 1947. március 25. 5. o.

8 Rákosi Mátyás az 1945 májusában megtartott MKP Országos Értekezletén a következőket mondta: „Meg kell szerezni a sajtó irányítását. A harc most a sajtó területére tevődik át. Jó fegyver van a kezünkben: a papírkiutalás. A reakciós lapokat ki kell éheztetni” (idézi Vass & Zalai 1991: 33).

9 Nemzeti Parasztpárt és a Szabad Szó kiáltványa. *Szabad Szó*, 1945. július 19. 1. o.

számukra, hogy olyan kormányzati pozíciót foglaljanak el, ahonnan lehetőségük volt a saját érdekeiket szem előtt tartva befolyásolni a papírelosztás rendszerét.

„[A] marxista pártok ... számára nincs papírhiány”¹⁰

A sajtóirányítás átalakítása nem hozta meg a várt eredményt, így a budapesti lapok estében oldal- és példányszám-korlátozást vezettek be, a Balogh Istvánhoz köthető A Mai Nap és a Reggeli Újság megjelenését felfüggesztették, a Kossuth Népe napilapból pedig vasárnapi megjelenésű hétfői napilap lett (Pártközi 2003: 93). A változás abban ragadható meg, hogy Kállai Gyula működése alatt az MKP lapjai mindig pontosan és egészében megkapták a kiutalt mennyiséget, míg a többi párt esetében ez nem minden esetben történt meg. Ráadásul megszorodtak a kommunista párthoz köthető érdekvédelmi lapok engedélyezései ([Sz.] Nagy 2019: 77–79).

Az 1945 őszi választások után, a paritásos szempontokat figyelembe véve hozták létre a Tájékoztatásügyi Minisztériumot,¹¹ amely a Miniszterelnökségtől átvette a sajtóügyek és a papírkiutalás irányítását.¹² A minisztérium fennállása nagy részében kisgazdapárti miniszter irányítása alatt volt, de a napi operatív munkát a kommunista (Gál Ferenc mint papírügyi előadó) és a szociáldemokrata (Nádas József, Réczei László) pártok által delegált vezetők irányították.

Az 1945-ös és az 1947-es választások között a papírhiánnyal való operáció a sajtópolitikai irányítás megváltoztatásáról a lapstruktúra átalakítására irányult. E téren a kommunista párt nem minden esetben tett különbséget a másik két baloldali párt és a kisgazdapárt között, ugyanakkor a kormányzó pártok abban valamennyien egyetértettek, hogy a koalíción kívüli pártok nem vagy csak korlátozásokkal juthassanak papírhoz. Fontos szempont volt, hogy a koalíciós pártok esetében a fővárosban megjelenő, azaz országos terjesztésű központi és kiemelt jelentőséggel bíró lapok más elbírálás alá estek, mind e pártok vidéki lapjai. A koalíciós partnerek lapjai nyomott áron kapták a rotációs papírt, miközben a többi lap piaci áron vásárolta meg azt.

1946 márciusában a papírválság megoldatlanságát látva Nagy Ferenc miniszterelnök saját hatáskörébe vonta a papírelosztást, de egy hónap múlva ez a jog a pártközi értekezlet döntése értelmében visszazállt a Tájékoztatásügyi Minisztériumra. 1946 őszén ismét átszervezték a kiutalás rendszerét, amelyben a Tájékoztatásügyi Minisztérium már csak adminisztratív feladatokat látott el, mert a tényleges kiutalást az Anyag- és Árhivatal végezte, a miniszterelnök és a tájékoztatásügyi miniszter ellenjegyzésével. Ekkor egyre több esetben jelezték a polgári pártok, hogy hátrányt szenvedtek el az MKP-lapokhoz képest.

1947 elején ismét a papírelosztás rendezése merült fel, mert egyre többször fordult elő, hogy egyes kiadók nem vették át a kiutalt mennyiséget, és csak akkor jelentkeztek, amikor a három havi átvételi idő lejárt. Ezért úgy akarták a rendszert átalakítani, hogy csak meghatározott célokra, adott lapra lehessen a papírt kiutalni. A pártok úgy határoztak, hogy százalékos felosztást hoznak létre, amely szerint a kiutalást el kell végezni. Fontos szempont, hogy egy lapban a hirdetések aránya nem haladhatja meg a heti oldalterjedelem egynegyedét.¹³

A papírhiány megoldására végül 1947 tavaszán Bognár József kisgazdapárti tájékoztatásügyi miniszter a Gazdasági Főtanács segítségét kérte a lapok megjelenéséhez (Szűcs & G. Vass 2008: 1097). Papírkiutalásról szóló panaszok egyre több esetben érkeztek a Tájékoztatásügyi Minisztériumba, főként a koalíciós vidéki és a koalíción kívüli pártok (a Magyar Radikális Párt Haladás című lapja) részéről, ugyanakkor az FKGP (Magyar Nemzet, Zala, A Hírlap, Fehérvári Kis Újság, Debreczen stb.), a Szociáldemokrata Párt (SZDP, például a Világosság) és

10 Az idézett gondolat 1946 januárjában a Polgári Demokrata Párt kecskeméti szervezetének ülésénhangzott el: „[A] marxista pártok egymás után indítják meg lapjaikat. Azok számára nincs papírhiány...” Magyar Nemzeti Levéltár Országos Levéltára (MNL OL) XIX-I-10-317/1945.

11 Miniszterek: 1945. november 15. – 1946. november 20.: Balla Antal (Független Kisgazdapárt), 1946. november 20.–1947. március 14.: Bognár József (Független Kisgazdapárt), 1947. március 14.–1947. szeptember 24.: Mihályfi Ernő (Független Kisgazdapárt), 1947. szeptember 24.–1948. március 5.: Molnár Erik mint külügyminiszter (Magyar Kommunista Párt).

12 A minisztérium 1948. januári megszűntéig többnyire kisgazdapárti politikus irányítása alatt állt, azonban az operatív feladatokat baloldali pártok delegáltjai végezték.

13 MNL OL XIX-I-10-917/1947.

az NPP (például a Cegléd Népe) is sok esetben panaszt nyújtott be a minisztériumba, ugyanakkor a beadványokban nem említették az MKP szerepét ezekkel kapcsolatban ([Sz.] Nagy 2019: 88–89).

A papírellátás 1947 augusztusában konszolidálódott a választásokra való felkészülés miatt. Ugyanakkor a már a Független Magyar Demokrata Párt központi lapjaként megjelenő Magyar Nemzet több esetben is panaszkodott a papírellátás miatt ([Sz.] Nagy 2019: 90–91).

A papírhelyzet megoldására lehetőséget kínált volna a külföldről behozott rotációs papír felhasználása, de mivel ennek ára jóval magasabb volt a belföldi gyártásúnál, és a kormányzat nem is támogatta anyagilag, így ez is csak egyes lapok gazdasági ellehetetlenítésére adott lehetőséget.

„A fennálló törvények szerint ugyanis az engedélyt nem is kell kiadni. ... Ezt jelenleg csak a papírkiutalással lehet megakadályozni”¹⁴

Az 1947-es nyári választások után az addigi nagyobb mennyiségű papírkiutalás ismét csökkent. Ezt jól mutatja, hogy az év őszén a Papírosimport Bizottság arra kérte a politikai pártokat, hogy oldják meg a lapok papírellátását, mert a probléma annyira állandósult, hogy ezt szakmai alapon már nem lehetett megtenni. Ennek eredményeképpen az egyik legfontosabb, bár *de jure* döntési joggal nem rendelkező politikai fórum elé került az ügy: a pártközi értekezlet 1947 szeptembere és decembere között négy ülésen is kiemelten foglalkozott a kérdéssel.

Az üléseken több javaslatot is előterjesztettek. A baloldali pártok szerint a megoldás a vidéki sajtótermékek és a szakmai folyóiratok egy részének megszüntetése, összevonása vagy periodicitásának megváltoztatása lenne. A vidéki lapok megszüntetésével az FKGP nem értett egyet. Abban azonban mindegyik párt egyetértett, hogy az MNFF központi lapjait semmiféle hátrány nem érheti. Abban is egyetértettek, hogy szükséges lenne francia minta alapján a példányszám és a kötelező remittenda bejelentésének jogi szabályozása. Ennek kidolgozását az illetékes szervek meg is kezdték, mégpedig az MKP javaslatára úgy, hogy az MNFF pártjainak központi lapjait ez a szabályozás nem érintheti. A döntést minél előbb meg kellett hozni, mert a tél közeledtével a papírgyárak munkája a nyersanyaghiány miatt egyre nehezebbé vált. A szakmai szervezetekkel történt egyeztetés után a pártok képviselői elfogadták, hogy egyes vidéki lapok csökkentett oldalszámon jelenhetnek meg. A csökkentést később szinte valamennyi sajtótermékre kiterjesztették, a pártok központi lapjai és egyes politikai lapok kivételével. Az elfogadott lépések egyértelműen arra irányultak, hogy csak az MNFF politikáját támogató lapok kapják meg a szükséges papírmennyiséget, hiszen így a lapok maguktól fognak megszűnni.

Hosszú pártpolitikai és szakmai egyeztetések után a kormány december 11-én két kormányrendelet is kiadott. Az első rendelet heti szinten szabályozta a különböző megjelenési idejű, méretű és helyű lapok oldalterjedelmét. A rendeletben külön meg nem határozott sajtótermékek oldalterjedelméről minden esetben egyedi elbírálás alapján közösen döntött a miniszterelnök és a tájékoztatásügyi miniszter. A rendelet a koalíciós pártok egy-egy reggeli napilapjára korlátozást nem állapított meg.¹⁵ A második rendelet értelmében az időszaki sajtótermék felelős kiadója és a nyomda vezetője köteles volt a kiadást követő egy napon belül írásban bejelenteni a lap példányszámát, valamint havonta egyszer köteles volt bejelenteni a remittendát.¹⁶ 1948 után Magyar Kommunista Párt, majd a Magyar Dolgozók Pártja már saját hatáskörben, szakmai, politikai egyeztetéseket mellőzve, a saját szempontjai alapján hozta meg a döntéseket ([Sz.] Nagy 2019: 103–115).

14 Az 1947. november 28-án megtartott pártközi értekezleten Dinnyés Lajos miniszterelnök a következőket mondta: „Felhívom még a figyelmet arra, hogy a sajtójogi törvény revízióját is a legsürgősebben végre kell hajtani. A fennálló törvények szerint ugyanis az engedélyt nem is kell kiadni. Ha valaki lapot akar indítani, ezt a szándékát ötforintos bélyeggel bejelenti a városnál, és indulhat is. Ezt jelenleg csak a papírkiutalással lehet megakadályozni” (Pártközi 2003: 965). Ugyancsak Dinnyés Lajos mondta a következőket a pártközi értekezlet 1947. december 4-ei ülésén: „[Ha] a sajtó terén rendet akarunk teremteni, és ez csak egyféleképpen áll módunkban: a papírkiutalások segítségével” (Uo. 1062).

15 A magyar köztársaság kormányának 14.570/1947. Korm. számú rendelete az időszaki sajtótermékek oldalterjedelmének megállapítása tárgyában. *Magyar Közlöny Rendeletek Tára*, 1947. december 11.

16 A magyar köztársaság kormányának 14.580/1947. Korm. számú rendelete az időszaki sajtótermékek eladott és visszamaradt (ú. n. remittenda) példányszámainak bejelentése tárgyában. *Magyar Közlöny Rendeletek Tára*, 1947. december 11.

Összegzés és következtetések

Az első időszakban a legfontosabb kérdés a sajtóirányítással kapcsolatos politikai átalakítás volt, amely biztosította az MKP vezető szerepét mind a kormányzati, mind a szakmai szervezetekben (lapkiadószövetségek, Anyag- és Árhivatal, Tájékoztatásügyi Minisztérium). Az ezt következő időszak már tágabbra nyitotta az ollót, és burkolt támadást intézett a koalíción kívüli, a vidéki és főként a kisgazdapárti sajtó ellen. Az utolsó időszakban pedig átfogó támadás indult a sajtóstruktúra teljes átalakítása érdekében, amelynek eredményeképpen 1948 után a kormányzati szervek helyett az MDP Központi Vezetőségének különböző osztályai váltak a fő döntéshozókká. Mindezek mellett a papírhány valós probléma volt a vizsgált korszakban, amelynek kezelése idővel egyre inkább politikai színezetet öltött.

Irodalom

Bene Márton & Sükösd Miklós (2020): „A többiek is próbáltak híradót csinálni, de nem tudtak.” Filmhíradók a koalíciós korszak médiamezőjében Magyarországon, 1945–1948. *Politikatudományi Szemle*, 29. évf. 3. sz. 75–104. o.

G. Vass István (2011): Dokumentumok a magyar–szovjet jóvátételi egyezmény létrejöttéhez. *Archívnet*, 11. évf. 2. sz. http://www.archivnet.hu/diplomacia/dokumentumok_a_magyarszovjet_jovatteteli_egyezmey_ltrejottehez.html?oldal=1.

Sz. Nagy Gábor (2014): Az 1945. júliusi papírbotrány reprezentációja a korabeli politikai sajtóban. *Médiakutató*, 15. évf. 3. sz. 105–115. o.

Sz. Nagy Gábor (2017a): „Tűzpróbája lehet a magyar demokráciának.” A sajtótermékek és terjesztésük engedélyezésének ideiglenes rendezése 1947 őszén. *Kommentár*, 4. sz. 11–21. o.

Sz. Nagy Gábor (2017b): A koalíciós korszak sajtójogi szabályozása 1945–1949 között. *Múltunk*, 4. sz. 190–213. o.

[Sz.] Nagy Gábor (2019): A magyar sajtópolitika a koalíciós időszakban (1944–1949). Doktori (PhD) értekezés. *Kézirat*. Budapest, https://edit.elte.hu/xmlui/bitstream/handle/10831/44614/dissz_nagy_%20gabor_tortenelemtud.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Vass Henrik & Zalai K. László (1991): *A tájékoztatás intézményrendszere és munkásmozgalmi elitje, 1944–1948*. Budapest: Trifer.

Nyomtatott források

Pártközi (2003): *Pártközi értekezletek: Politikai érdekegyeztetés, politikai konfrontáció 1944–1948*. Válogatta, szerkesztette, jegyzetekkel ellátta Horváth Julianna et al. Budapest: Napvilág Kiadó.

Szűcs László & G. Vass István, szerk. (2008): *Nagy Ferenc második és harmadik kormányának minisztertanácsi jegyzőkönyvei, 1946. november 22.–1947. május 31*. A–B. köt. Budapest: Magyar Országos Levéltár (A Magyar Országos Levéltár kiadványai. II. Forráskiadványok, 46.).

Levéltári források

Magyar Nemzeti Levéltár Országos Levéltára. Tájékoztatásügyi Minisztérium iratai XIX-I-10.

Abstract in English

Paper crisis as a political weapon in the coalition period (1945–1948)

This paper discusses the paper crisis between 1945 and 1948. It investigates how paper shortage enabled the ruling parties to restrict the publication of certain newspapers. First, it describes the page authorisation mechanism of the era, then it explores the system of paper allocation, and finally it recalls some of its most important findings.

Keywords: coalition period, paper crisis, press policy, supply of paper

Sz. Nagy Gábor PhD, történész, a Nemzeti Közsolgálati Egyetem tudományos munkatársa, az Országos Széchényi Könyvtár tudományos kutatója. Kutatási területe az 1945 utáni sajtó- és tájékoztatástörténet, valamint a katolikus egyház 1945 utáni története. Email: sz.nagy.gabor@gmail.com

Takács Róbert

Kultúra, média, nyilvánosság az 1980-as években – gazdasági és irányítási válság idején*

Az 1980-as évek egyik leggyakrabban használt kifejezése a válság volt. A Beszélő című szamizdat első, 1981-ben megjelent számában tizenötösör írták le – igaz, az első nyilvánosságot csak 1986–87-től uralta el a válság- és reformdiskurzus. Ez a tanulmány e két végpont közt kíséri nyomon a nyilvánosság alakulását, a pártvezetés által is érzékelt politikai és gazdasági válságjeleket, azok kezelését a sajtó- és kulturális irányítás részéről.

Kulcsszavak: 1980-as évek, gazdasági válság, irányítási váltás, Kádár-kor, kommercializálódás, kultúrpolitika, sajtóirányítás, tájékoztatáspolitikai, társadalmi alku

A kulturális és politikai nyilvánosság Kádár-kori keretei

A szovjet típusú rendszerek nyilvánossága az alapvető szervezőelvek – legfőképp a nyilvánosság központi kontrollja, a különböző cenzúramechanizmusok működtetése a politikai újságírás és a kulturális intézményrendszer különböző szintjein – azonossága ellenére a gyakorlatban jól látható különbségeket mutatott. A magyar nyilvánosság 1953 utáni fejlődése eredményeképpen – az alapképlet megtartása ellenére – jelentős változáson ment keresztül, és a magyar médiakörnyezet a szovjet blokkon belül a nyitottabb, korabeli nyugati szóhasználattal „liberálisabb” csoportba tartozott. Az elmozdulásokat a kulturális élet és a tömegkommunikáció meghatározó dokumentumai – mint az 1958 művelődéspolitikai irányelvek, az 1965-ös tájékoztatási határozat – is elvi szinten rögzítették.

Mindez nem jelentett kilépést az egypárti keretektől, de egy tagoltabb, különböző mozgásteret kijelölő fórumok léteivel számoló, az elzárkózás lehetetlenségét beismerő, központi kontroll mellett a nyugati kölcsönhatásokat is felvállaló információs és kulturális alrendszer működött. Az előbbi téren természetesen – ahogy az 1977-es tájékoztatási határozat explicit ki is mondta – a tájékoztatás nem válhatott a politika primátusát felülíró céllá, míg az utóbbi téren alaptétel maradt, hogy a kultúra nem áru, vagyis nem piaci, hanem politikai és kultúrpolitikai megfontolások dominálnak. A fentiek „üzemeltetését” segítette elő az 1956-os forradalom után „megkötött” társadalmi alku, amelynek nyomán a sajtóban és a kulturális életben tevékenykedő értelmiség elfogadta a hatalom által kínált játékszabályokat. Az 1970-es évek végén, az 1980-as évek elején azonban a bő két évtizeddel korábban kialakított kereteket már számos erő feszítette.

* A tanulmány a „Nyugati hatások és transzferek a magyar kultúrában és tudományban az 1970-es és 1980-as években” című, NKFI-125374. számú kutatási program keretében készült.

Sokasodó válságjelek

Az Magyar Szocialista Munkáspárt (MSZMP) vezetése 1980-ban, a párt XII. kongresszusára készülve a külpolitikai és a gazdasági kérdésekre fektette a legnagyobb hangsúlyt. Nem véletlenül. A NATO 1979-es kettős határozata, majd az afganisztáni szovjet beavatkozás 1979 decemberében a két nagyhatalom szembenállásának éleződését jelezte és az enyhülési folyamatot fenyegette, ám végül nem söpörte el azt (*standby détente*) (Békés 2019: 24). Az 1979. augusztusi drasztikus áremelések pedig mindenki számára világossá tették, hogy a magyar gazdaság súlyos problémákkal küzd:

[A] gazdasági munka eredményességétől függ az egész szocialista építési programunk: a kulturális fejlesztés kérdései, amelyről természetesen nem mondhatunk le a továbbiakban sem, a közegészségügyi, a szociális viszonyok alakulása, az életszínvonal alakulása, mind a gazdasági munkának a függvénye

– jelentette ki Kádár János a Központi Bizottsági előtt.¹

A kulturális és sajtónyilvánosságot illetően a kongresszus nem szolgált „erős állításokkal”. Kötelességszerűen szó volt a változatlanul helyes elvek határozottabb érvényesítéséről, az ideológiai küzdelem határozottabb felvállalásáról, a társadalom tudati állapotának fejlesztéséről, azonban az évtized kezdetén a pártvezetés nem a média területén látta az előtte álló időszak fő kihívásait.

A következő évben viszont a kulturális irányítás mégis úgy ítélte meg, hogy beavatkozásra van szükség: „[A] műhelyek esetenkénti tévedései – összességükben, országos metszetben és más művészi ágak hasonló tendenciáival – már eszmei-ideológiai tehertételként jelentkeznek” – szögezte le az Agitációs és Propaganda Bizottság 1981 áprilisában (lásd Imre & Ring 2018: 501). A konkrét megjegyzést a színházak kapcsán jegyezték le, de a vezető párttestületek napirendjei azt mutatják, hogy az ideológiai élet más területein is érezték a fellépés szükségét. A Politikai Bizottság 1981 áprilisában tárgyalta a propaganda és a politikai agitáció „időszerű” kérdéseit, ahol a kiemelt célok között említették az „ifjúság világnézeti-politikai elkötelezettségének erősítését”.² 1981 nyarán határozott arról, hogy a történelmi tudatformálás jegyében szükséges nagy nyilvánosság előtt foglalkozni 1956-tal és az azt követő fejlődéssel, 1982 decemberében pedig a sajtó, a rádió és a televízió irányítását vizsgálta. Mindemellett 1980 és 1982 között négy alkalommal került a PB elé az ellenzék ügye.

A Népszabadságban indítandó két cikksorozat – a forradalom ellenforradalmi értelmezését kínáló *Ez történt* és az utána következő 25 év fejlődési ívét megrajzoló *A lenini úton* – célközönségének a 40 év alattiakat jelölték meg, de megszületéséhez erősen hozzájárult a nyugati propagandától való félelem is.³ A fiatalok megszólításának szándéka jól mutatja, hogy az MSZMP komoly kihívásként tekintett legitimációjának megerősítésére e generációk körében. Az ugyanebben az évben végzett – a szakmával kapcsolatos attitűdökre is rákérdező – reprezentatív újságíró-felmérés a korban a legátfogóbb pillanatképet nyújtotta a médiában dolgozók szakmai normáiról. És ez a kép semmiképp nem lehetett a pártvezetés számára megnyugtató: a nyilvánosságban dolgozók értékrendje, elvárásai jelentősen eltértek, figyelmeztető törésvonalak húzódtak pozíció – és ettől nehezen elválasztható módon – életkor szerint. A vélemények befolyásolását, a biztonságérzet növelését és az eredmények bemutatását fontosnak tartó alapállás az 50 felettiiek körében két és félszer olyan gyakori volt, mint a harmincas éveikben járóknál, és ötször gyakoribb a 30 alattiaknál (Angelusz et al. 1983: 52–55). A szerkesztőségi autonómiával elégedetlenek is a fiatalabb nemzedék tagjai körében fordultak elő nagyobb arányban. Angelusz Róbert és munkatársai kutatása tehát pontosan jelezte a fenti generációs szakadékot, amely általánosságban a kultúra területén is érezhető volt. Az 1970-es években feltűnt művészgeneráció világa, kulturális értékrendszere nem volt összeegyeztethető sem az őket megelőzők mintázataival, sem a hatalom elvárásaival (Standeisky 2005: 323, Kalmár 2014: 413–414).

1 Jegyzőkönyv a Központi Bizottság 1980. február 28-i üléséről MNL OL M–KS 288. f. 4/168-169. ó. e.

2 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1981. április 28-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/825. ó. e.

3 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1981. július 7-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/830. ó. e.

Az 1956 utáni aczéli alku megújításának kérdése immár egy új, más generációs élményekkel rendelkező, más szocializációjú, más szemléletű és a hatalomra másképp tekintő értelmiséggel (Révész 1997: 287) a korszak egyik fő – és megoldhatatlannak bizonyuló – kihívása volt.

E generációk már nem az 1945 előtti évtizedek vagy a Rákosi-kor vetették össze helyzetüket, hanem sokszor a nyugati életszínvonalhoz vagy a nyugati művészeti élet viszonyaihoz mérték; nem az 1960-as évek felívelő periódusát értékelték, hanem az 1970-es években felerősödő stagnálást, kilátástalanságot fájlalták. Mindezt felerősítették az 1970-es évek végétől széles körben is érzékelhető gazdasági problémák. Ez nemcsak a politikai stabilitás zálogaként kezelt életszínvonal-politikát állította kihívás elé, hanem a szocializmus felsőbbrendűségébe vetett hitet is kikezdte, amire a pártvezetés válasza a reformok újraindítása volt. A minden fontossága ellenére sokszor maradványelv alapján kezelt kulturális téren a források apadása szintén hozzájárult az általános rossz közérzet, az elégedetlenség terjedéséhez (Kalmár 2014: 410).

E közegben a lengyellel szemben viszonylag csekély visszhangra találó kritikus, ellenzéki hangok is erőteljesebben hatottak. A helsinki záróokmány aláírása után a NATO-országok, élükön az Egyesült Államokkal igyekeztek támogatni a különböző emberi jogi mozgalmakat Kelet-Európában, ám ezek Magyarországon viszonylag szűk kört értek el. A formálódó magyar ellenzék is a csehszlovák Charta '77-től, majd a lengyel Szolidaritástól nyert inspirációt (Csizmadia 1995, Danyi 2019, Mitrovits 2020), és a lengyel válság pártszerű nyilvános keretezése kellemetlen feladat volt az MSZMP számára.

A kulturális területen súlyosbította a helyzetet, hogy a korlátozott nyilvánosság következtében az értékviták, a politikai konfliktusok, sőt az ambíciók is rendre kulturális mezt öltöttek, a kulturális nyilvánosságot terhelték meg (Agárdi 1993). Súlyosbodó kihívást jelentett az egyes irányzatok lefojtott versengése, polarizációjuk fékezése. A pártvezetés sem korábban, sem ekkor nem kívánta a politikai pluralizmus pótlékeként vagy csírájaként szabadjára engedni, akár csak saját orgánumhoz juttatni a sokszor egymással is versengő, szembenálló irányzatokat (Kalmár 2014: 411–412, 421). Az úgynevezett népi írók csoportja továbbra is az első nyilvánosságon belül, az emberi jogi kérdésekre fókuszáló demokratikus ellenzék azon kívül kereste a helyét.

Kulturális területen másfajta kihívást jelentett a közönségigény és a kulturális politika céljainak feszültsége. Az értékválasztása szerint a magaskultúrát preferáló pártvezetés a desztalinizáció időszakától számos engedményt tett a szórakoztató tömegkultúrának, birkózva az ebből adódó ellentmondásokkal (Tordai 2005). Ez a vita erőre kapott az 1968-as reformok utáni években (Takács 2015), ám az 1980-as években már a hivatalos álláspont is magától értetődő módon számolt vele. Ám ez, mint látni fogjuk, egyre mélyebb ellentmondássá érett a kulturális forradalom céljai és a tényleges gyakorlat között.

Végül a sajtóirányítás számára kihívást jelentett az új médiumok születése, a médiarendszer átalakulása is. Az 1970-es években a műholdas televíziózás megjelenése aggasztotta a legjobban a pártvezetést, mivel arra számított, a kelet–nyugati hír- és propagandaversenyben ez a Nyugatot juttatja majd előnyhöz.⁴ Ám előbb érkezett el az 1980-as évek elején a kábeltelevíziók időszaka, amikor úgy tűnt, érvényt lehet szerezni a központi akaratnak. Nagyobb – a filmátvételt és a moziipart veszélyeztető – feszítőerőt jelentett a Magyarországon az 1980-as évek közepére elterjedő videózás (Takács 2020a: 91–93), és potenciálisan a személyi számítógépek, a fiatalok körében ekkor még nem sűrűn használt videojátékok is hordoztak ideológiai veszélyt (Švelch 2018).

A pártvezetés válasza

Az MSZMP – mint láttuk – érzékelte a nyilvánosság területén jelentkező válságjeleket, és megkezdődött a válaszkeresés is. Alapvetően két megközelítés állhatott egymással szemben: az egyik a válságot reformokkal, korabeli szóhasználatlaltal a „demokratizmus” elmélyítésével való kezelését ajánlotta (Révész 1997: 286–292).

4 Az Agitációs és Propaganda Osztály jelentése az Agitációs és Propaganda Bizottság részére a műhold közvetítésével sugárzott ellenséges televíziós propaganda várható alakulásáról és javaslatok a politikai tennivalókra, 1972. MOL XIX-A-24b 60. doboz.

A kultúrpolitikában Aczél György ezen az állásponton volt: „A nehéz helyzet nem indok a demokratizmus visszavételére, a kapkodásra, a szűkítésre, ellenkezőleg, a demokratizmus terén is előbbre kell lépnünk” – hangoztatta az 1983-as művelődéspolitikai tanácskozáson (Aczél 1984: 97–98).

Az utóbbira negyedszázaddal az 1958-as, a forradalom utáni fejlődést meghatározó Művelődéspolitikai irányelvek elfogadása után került sor, ahol Aczél – a generációs konfliktusokra is utalva – az 1956 utáni alku megújításáról is nyíltan beszélt: „A szövetség nem örökre szóló, nap mint nap újra kell kötni. Nem utolsósorban a mai 20, 30 és 40 évesekkel, akik nem élték meg az említett sorsfordító tapasztalatokat” (Aczél 1984: 100).

Az effajta óvatos építkezés a politikai intézményrendszert is elérte ezekben az években. Ennek jegyében állították fel az 1983. évi II. törvénnyel az Alkotmányjogi Tanácsot, és hoztak törvényt ugyanebben az évben a kötelező kettős jelölésről.

A másik oldal ugyanakkor a nyitás veszélyeire tekintettel inkább a határozottabb fellépést, egy idejekorán végrehajtott rendteremtést tartott elengedhetetlennek a nyilvánosság kézben tartása érdekében. A szűkebb értelemben vett média területén 1982-től ez az irányvonal érvényesült, élve a sajtóirányításban – minden addigi reformlépés és szemléleti módosulás ellenére – megőrzött kézi vezérléses módszerekkel (Hegedűs 2001). Lakatos Ernő kinevezésével látványos személycserék zajlottak le az újságírás legfelső kádereinek szintjén.

[M]i itt a Magyar Nemzetnél most átmeneti időt, nehéz heteket élünk [...] Nekünk rendre és nyugalomra van szükségünk: most ez a feltétele mindennek. Nem tűrhetjük tovább azt a morális rombolást, ami jó ideje folyt környezetünkben

– érezte az agitprop vezetés hangulatát a lap akkor megválasztandó párttitkárának beszámolója 1982 novemberében (idézi Murányi 1999: 93).

A Magyar Nemzetet a Politikai Bizottság is renitens szerkesztőségnek látta – és „ellenzékieskedő” irodalmi lapokkal, a Mozgó Világgal (Németh 2002), a Tiszatájjal (Gyuris 1997) említette együtt. De a következő években új főszerkesztő érkezett a Népszavához, az Esti Hírlaphoz, a Magyar Hírlaphoz – a rendteremtés mindegyik esetben generációváltással járt együtt.

Ezzel együtt új tájékoztatási határozat nem született, új elvek megfogalmazására nem került sor. Az 1965-ös és az azt megerősítő 1968-as PB-határozatok – amelyek kimondták azt is, hogy a „tájékoztatásban nincs légüres tér”, ezért a közvéleményt mindenről tájékoztatni kell – óvatos nyitását követően az 1970-es években született határozatokat, így a belpolitikai újságírásról szóló 1971-es APB-határozatot és az 1977-es, a korszak utolsó tájékoztatási határozatát már inkább fékező szándékkal alkották meg. Az utóbbi, amely az 1980-as években sokat emlegetett „gyors, pontos, hiteles” hármas követelményrendszert is megfogalmazta már, azt húzta alá, hogy a „tájékoztatás nem cél, hanem eszköz”, vagyis a politikai érdekek primátusát erősítette meg. Az 1980-as évek első felében fogadtak el párthatározatot a rádió és a televízió, valamint a kulturális lapok irányításáról – szintén a fegyelem javítása érdekében. A nyilvánosság egészét érintette ugyanakkor, hogy ekkor – 1983-ban – kezdődtek meg egy sajtótörvény munkálatai is. A Luca székeként készülő szabályozást csak 1986 tavaszán fogadták el. A törvény nem lépett túl a korábbi, igaz, csak rendeleti szinten rögzített szabályokon, de a kiadók életében jelentősebb változást hozott, mint a politikai újságírásban – a körülmények azonban éppen az elfogadása után kezdtek gyorsuló ütemben megváltozni.

Bár a pártvezetés a kultúra területén is érzékelt negatív jeleket, az 1981-ben esedékes művészeti közgyűléseket „tartalmas, jó politikai légkör jegyében” megrendezett találkozóként értékelte, és a hosszan sorolt negatív jelenségek (jövedelemcsökkenés, elavult honoráriumrendszer, a könyvkiadás belső feszültségei, a szigorodó gazdasági kritériumok, a „műveltségi vívmányok” féltése, a nemzedékváltás által felerősített szemléleti ellentétek, az ideológiai viták, a vártnál lassabban haladó „demokratizálás”, az Írószövetség szerepének újragondolásának igénye) ellenére is konstruktív légkörre számított a Magyar Írószövetségben is.⁵ Mégis, a politikai szempontból legfontosabb közgyűlést úgy értékelte a Politikai Bizottság, hogy azon az ellenzék összehangolt kísérletet tett

5 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1981. november 24-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/841. ő. e.

a különböző – Csoóri Sándortól Konrád Györgyig ívelő – irányzatok összefogására, illetve veszélyként detektálta, hogy az ellenzéki tevékenység egyes első nyilvánosságbeli intézményekben is kitapinthatóvá vált. Az értékelés az irodalmi folyóiratok mellett a kaposvári színházat nevesítette, és az egyetemeket említette.⁶

Kulturális téren a következő évek látványos botrányai mindenekelőtt a folyóiratokhoz – a Tiszatájhoz, a Mozgó Világhoz, a Medvetánchoz – kapcsolódtak (Gyuris 1997, Németh 2002). A Mozgó Világ esete jelzi: az aczéli irányzat a kudarcok ellenére is kitartott volna a kompromisszumkereső koncepció mellett. 1984-től azonban Aczél háttérbe szorulásával kulturális téren is szűkült a hatalom toleranciája, és előtérbe kerültek a rendteremtés adminisztratív eszközei (Tiszatáj-ügy, egyetemi beavatkozások, Írószövetség közgyűlésének esete stb., lásd Agárdi 1993). 1984-ben már Benke Valéria és Kádár János is értékválságról, a párt és állami irányítást erő súlyos kihívásokról beszélt a Politikai Bizottságban (Kalmár 2014: 421–422).

A kulturális irányításnak ugyanakkor egy másfajta, mélyebb szerkezetű problémát rejtő válsaggal is szembe kellett néznie ekkor, amely szintén 1982-től vált egyre kevésbé elodázhatóvá: a gazdasági nehézségek „begyűrűzésével”. A kultúrpolitikai életben már az 1968-as gazdasági reform nagyon visszafogott, tompított piaci elemi is élénk vitát váltottak ki. A reform nem az ellenséges-ellenzéki kultúra előtt nyitott ki kiskapukat, hanem a kultúrpolitikai célokkal ütköző kommersz előtt nyitott némileg teret, de a Kulturális Alap létrehozásával egyúttal az ott keletkező haszon egy részét is a támogatott területre csatornáztatta át (Takács 2015: 139–140).

Az 1970-es évek végétől az egyre inkább forráshiányos helyzetbe kerülő kulturális szférára mind jobban ránehezedtek a pénzügyi elvárások. 1982 e szempontból kulcsfontosságú év volt: az IMF-hez és a Világbankhoz való csatlakozás (Földes 1995) révén sikerült ugyan elkerülni az államcsőd veszélyét, de a pártvezetés – amely számára a „nemzeti sorskérdések” ekkor elsősorban gazdaságpolitikai dilemmákként jelentkeztek (Földes 2020: 44) – úgy ítélte, immár nem odázhatja tovább a reformok továbbvitelét. És ezúttal a kulturális terület szereplőit sem mentesítették a fokozottabb gazdaságossági követelmények alól. A Politikai Bizottság 1982. november 9-én hagyta jóvá „a kulturális tevékenységekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos gazdasági szabályozó rendszer korszerűsítéséről” szóló határozatát.⁷

A határozat a kulturális terület gazdaságosabb működését irányozta elő, mindenekelőtt költségvetési megtakarítást várva a kulturális intézmények hatékonyabb – „racionálisabb” – működésétől. Számolt azzal, hogy ehhez pótlólagos források bevonására lesz szükség, ami elsősorban a „lakossági tehervállalás” növelését, ár-emelést, avagy a dotáció hányadának csökkentését jelentette. A hatékonyabb működés érdekében szükségesnek tartotta a központi – „bürokratikus” – előírások oldását, vagyis nagyobb mozgásteret szánt bizonyos pénzügyi döntésekben a kulturális intézmények közvetlen irányítóinak.

A kultúrpolitika alapvetően defenzív alapállása nem sokat változott az 1968-as reformok óta. Az 1980-as évek első felében hozott intézkedések apróbb, az addigi keretek szétrobbantását kerülő változtatásokat hoztak. Így például az 1968-ban a könyvkiadásban bevezetett ív-árrendszert (Bart 2002) némileg rugalmasabbá tették, a színházigazgatók szabadabb kezet kaptak a jegyárpolitikában, a pénzügyi maradványok felhasználásában, és a monopóliumok lebontása jegyében több képzőművészeti alkotóközösség juthatott országos forgalmazási jogosítványhoz. Ám az ilyen jellegű intézkedések hatása nem volt nagyobb annál, mint hogy az ekkor felerősödő inflációs nyomás, ezáltal visszaeső értékű állami dotáció mellett ne romoljanak a gazdaságossági mutatók. Sőt két területen elmélyültek a problémák: egyrészt az általános spórolás közepette kieső közületi megrendeléseket megsínylő szobrászatban, másrészt a jelentősebb intézményi átalakítást „elszenvedő” filmiparban.⁸ Az 1983-ban létrehozott hét filmvállalat nehezen tudott megbirkózni azzal, hogy a tízmilliós hazai piac nem tudott eltartani évi 20–25 játékfilmet és legalább féltucatnyi dokumentumfilmet. Ennek ellenére ez a piaci nyitás meglátszott a magyar mozik nézettségi adatain: egyrészt legalább azt sikerült elérni, hogy az évtized első felében ne essen tovább a mozik látogatottsága, sőt egyes években növelték a magyar filmek látogatottságát. Ennek érdekében pedig évről évre bemutattak szórakoztató közönségfilmeket is – 1984-ben az *István, a király* (1 183 000 néző),

6 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1982. március 2-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/848. ő. e.

7 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1982. november 9-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/866. ő. e.

8 Jegyzőkönyv az APB 1986. március 4-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/462. ő. e.

valamint az inkább politikailag pikáns, a Rákosi-kori kitelepítésekről szóló *Te rongyos élet* (606 000), 1985-ben a *Szaffi* (949 000), a *Redl ezredes* (841 000) és a *Vörös grófnő* (800 000), 1986-ban a *Szerelem első vérig* (975 000), az *Elvárásolt dollár* (813 000) és a *Macskafogó* (664 000) vonzott több mint félmillió nézőt. Sőt, az 1980-as évek közepén felbukkantak – szinte a semmiből – szocialista kasszasikerek is. Az 1985-ben vetített *A legyőzhetetlen Vutang* (1 266 000) a távol-keleti akciófilmek sorába illeszkedett; ezt 1986-ban a szintén kínai *A Saolin templom szent köntöse* (762 000) és egy lengyel sci-fi, a *Szexmisszió* (787 000) követte (Karcvai Kulcsár et al. 1985, 1986, Erdélyi Z. 1987). Hasonló fajta, gazdaságosság vezérelte nyitás a könyvkiadásban, a színházaknál is megfigyelhető volt – például a nyugati musicalek és vígjátékok térnyerésében (Takács 2020b: 187–192).

A kultúrpolitika aggodalmaival összhangban azonban az Agitációs és Propaganda Bizottság még 1986-ban – a sajtótörvény évében – is csak óvatos, a korábbi trendekbe illeszkedő racionalizáló, a nyereségérdekeltséget kissé kiterjesztő lépéseket fogadott el. A reális cél ekkor már csak a kármentés volt. Ahogy az APB a könyvkiadás kapcsán indokolta: a döntés „a könyvkiadás értékeinek megőrzése, politikai hibák elkerülése, kommercializálódás nagyobb mértékű elterjedésének mérséklése érdekében” született.⁹ Ez a folyamat – amely tulajdonképpen már a desztalinizációs nyitás kezdetén megindult – ekkorra olyannyira előrehaladt, hogy a kultúrafogyasztó oldaláról már a szocialista kultúra dominanciája is megkérdőjeleződött. Abban az évben a mozikban bemutatott 194 film közül 88, vagyis a premierek 55,4 százaléka származott a jelentős részben szórakoztató filmnek megfeleltethető nyugati importból. Ám ez a 88 film már a mozielőadások 60,3 százalékát kapta meg, és az új bemutatók 35,2 millió nézőjének 69 százaléka nyugati filmet választott (Erdélyi Z. 1987, Takács 2020b: 182–183). A Magyar Televízióban – a közönségszórakoztatás jegyében – ekkorra még inkább eltolódtak a filmarányok, és majdnem kétszer annyi nyugati filmet tűztek műsorra 1986-ban, mint baráti alkotást. Az 53 szocialista produkció nagyobb része, 28 volt szovjet, míg a 96 kapitalista relációból érkező film között 36 amerikai, 26 francia, illetve 12–12 olasz és angol volt látható (Erdélyi Z. 1987: 204–225).

Sajátos módon az új sajtótörvény nem elsősorban a lapkiadásban okozott újabb problémákat, hanem a könyvek, a hanglemezek, valamint az audio- és videokazetták kiadásában: e téren az addig kényesen őrzött ideológiai és gazdasági egyensúly megbomlásával járhatott. „Szocialista kisvállalkozások”, szövetkezetek álltak sorban, hogy egy-egy szeletet megkaparinthassanak ebből a bővülő piaci tortából. A Művelődésügyi Minisztérium arra jutott, hogy

...nem sikerült olyan jogszerű megoldást találnunk, amely a művelődéspolitikai érdekek figyelembevételét e tevékenység megítélésénél – és így az előzetes engedély megadásakor – általános feltételként szabná meg.¹⁰

Azaz a jogszabály törvénybe foglalása után nem lehetett politikai indokok alapján elvetni a kiadóalapítási kérelmeket. 1986 végén már tíz szereplő – szövetkezet, kft., egyesület – várt arra, hogy megkapja az engedélyt a hanglezkiadásra. Ez pedig a korábban a nagy kiadókra, kulturális intézményekre szabott – éves tervtárgyalásokon alapuló – cenzúramechanizmusokat és a káderpolitikán keresztül érvényesülő ellenőrzést is megkérdőjelezte. Ám nemcsak a kontroll fenntartása adott okot az aggodalomra, hanem a fentiek a kultúrpolitika addigi kényszerkompromisszumait, az eladható és a fontos közti keresztfinanszírozás gyakorlatát is aláásták volna. Ahogy az APB 1987 tavaszán leszögezte, az új szereplőket nemegyszer a nyereség, esetleg más jellegű tevékenységük anyagi bázisának megteremtése motiválja, így a magas áron értékesíthető, széles közönséget vonzó – kommersz – javak előállításában érdekeltek. Vagyis nemcsak a párt művelődéspolitikai céljaihoz nem járulnak hozzá érdemben, de „lefölözik” a kulturális területen megtermelhető hasznot, elszívva a „három T” első, támogatott kategóriájába sorolt produkcióktól.¹¹

9 Jegyzőkönyv az APB 1986. szeptember 30-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/474. ő. e.

10 Jegyzőkönyv az APB 1987. január 20-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/480. ő. e.

11 Jegyzőkönyv az APB 1987. május 12-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/487. ő. e.

A rendszerváltás előszobája – összegzés és kitekintés

Azon a többrétegű válságon tehát, amelyet a hatalom mind a kultúra, mind a média – vagyis általánosabban a nyilvánosság – tekintetében észlelt, csak időlegesen tudott úrrá lenni. A forradalom után megkötöttség társadalmi alkut az 1980-as években nem sikerült megújítani, a nyilvánosságban a fennálló viszonyokkal szemben kritikus, sőt azokkal nyíltan is szakító csoportok jelentkeztek. A pártvezetés a párbeszéd és a rendteremtés közül végül – tartva a folyamatok visszafordíthatatlanná válásától – az utóbbi mellett tette le a voksát. A gazdasági kényszerek pedig a kulturális nyilvánosságban is mind szélesebb, a kultúrpolitikai célokkal szemben működő reformokat követeltek meg, ami az évtized második felében – immár új jogszabályi és változó médiakörnyezetben – felerősítette a kommercializálódás folyamatát.

A válságjelenségek 1986-ra álltak össze általános, immár a rendszer egészét érintő válsággá (Ripp 2006: 13–22). Miután a XIII. kongresszuson elfogadott dinamizálási program látványos kudarcot vallott, az MSZMP vezetése előre menekült. 1987-től nagyobb horderejű piaci irányú reformokat fogadtak el – a modellváltás jegyében. Mindez a média – mind a kulturális, mind a tájékoztató orgánumok – világában komoly változásokat indukált. A kulturális szcénában bekövetkezett az, amitől a pártvezetés mindig is félt, és aminek az 1980-as évek közepén többször hangot adott: a gazdasági kényszerek közepette nem tudott a kommercializálódás útjába állni, és a kontrollfunkciók is egyre inkább kicsúsztak a kezéből. Az adatsorokat utólag nézve 1987-től indult az úgynevezett szocialista kultúra visszafordíthatatlan térszűrése. A sajtóban 1987-ben jelent meg az első reformjavaslat (Gálik et al. 1998), amely új irányba terelte a nyilvánosságról szóló vitát, ám közben a változások is felgyorsultak. 1989 elején már sem a Tájékoztatási Hivatal, sem az átalakuló MSZMP KB Agitációs és Propaganda Osztálya nem állt. Az utóbbi helyett felállított Társadalompolitikai Osztály már csak kereste a módját, hogy a pártállam szétesése közepette miként őrizze meg a párt befolyását a szerkesztőségekben, a kulturális műhelyekben.

[N]em arra a kérdésre kell választ keresni, hogy a piaci mechanizmusok érvényesülésének van-e létjogosultsága ezeken a területeken, hanem olyan modellt működtetéséért kell síkraszállni, amely megkísérli közelíteni azt a határt, amely a piac és az értékek, eszmék között húzódik meg

– fogalmazta meg dilemmáját a kommercializálódás ellen eszköztelenné vált Társadalompolitikai Osztály 1989 júniusában.¹²

1989 a kontrollvesztés éve – ami a központi irányításból megőrződött, az főképp állami szerveken keresztül működött.

12 Jegyzőkönyv a TPB 1989. június 14-i üléséről. MNL OL M–KS 288-41/523. ő. e.

Irodalom

- Aczél György (1984): Tegnap – ma – holnap. In: Tóth István (szerk.): *Művelődéspolitikánk 25 éve. Művelődéspolitikai tanácskozás, Budapest, 1983. december 15–16.*, 87–108. o. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Agárdi Péter (1993): Közelítések a Kádár-korszak művelődéspolitikájához. *Eszmélet*, 20. sz. 129–165. o.
- Angelusz Róbert, Békés Ferenc, Nagy Márta & Tímár János (1983): *Az újságírók társadalmi helyzete 1981-ben*. II. rész. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont.
- Bart István (2002): *Világirodalom és könyvkiadás a Kádár-korszakban*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Békés Csaba (2019): *Enyhülés és emancipáció*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Csizmadia Ervin (1995): *A magyar demokratikus ellenzék (1968–1988)*. Budapest: T-Twins Kiadó.
- Danyi Gábor (2019): Harisnya, ablakkeret és szabad gondolat. A lengyel ellenzék szerepe az 1980-as évekbeli magyar második nyilvánosság kialakulásában. *Múltunk*, 4. sz. 92–127. o.
- Erdélyi Z. Ágnes, főszerk. (1987): *Filmévkönyv 1986*. Budapest: Magyar Filmintézet (MFI).
- Földes György (1995): *Az eladósodás politikatörténete, 1957–1986*. Budapest: Maecenas.
- Földes György (2020): Nemzet és hegemonia – 1920–1990. *Múltunk*, 3. sz. 4–60. o.
- Gálik Mihály, Halmai Gábor, Hirschler Richárd & Lázár Guy (1987/1998): Javaslat a sajtónyilvánosság reformjára. In: Vásárhelyi Mária & Halmai Gábor (szerk.): *A nyilvánosság szerkezetváltása*, 71–92. o. Budapest: Új Mandátum.
- Gyuris György (1997): *A Tiszatáj fél évszázada 1947–1997*. Szeged: Somogyi-könyvtár.
- Hegedűs István (2001): Sajtó és irányítás a Kádár-korszak végén. *Médiakutató*, 2. sz. 45–60. o.
- Imre Zoltán & Ring Orsolya, szerk. (2018): *Szigorúan titkos. Dokumentumok a Kádár-kori színházirányítás történetéhez, 1970–1982*. Budapest: PIM-OSZMI.
- Kalmár Melinda (2014): *Történelmi galaxisok vonzásában. Magyarország és a szovjetrendszer 1945–1990*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Karcsai Kulcsár István, Luttor Márta & Sebestyén Lajos, szerk. (1985): *Filmévkönyv 1984*. Budapest: FITU.
- Karcsai Kulcsár István, Luttor Márta & Sebestyén Lajos, szerk. (1986): *Filmévkönyv 1985*. Budapest: Magyar Filmintézet.
- Mitrovits Miklós (2020): *Tiltott kapcsolat. A magyar–lengyel ellenzéki együttműködés (1976–1989)*. Budapest: Jaffa Kiadó.
- Murányi Gábor (1999): „Döntésre érett kádercserék” – Főszerkesztők leváltása 1982-ben. *Beszélő*, 2. sz. 93–96. o.
- n.n. (1982): Hogyan keressünk kiutat a válságból? *Beszélő*, 5-6. sz. (december) 233–238. o.
- Németh György (2002): *A Mozgó Világ története 1971–1983*. Budapest: Új Palatinus Könyvesház.
- Révész Sándor (1997): *Aczél és korunk*. Budapest: Sík Kiadó.
- Ripp Zoltán (2006): *Rendszerváltás Magyarországon 1987–1990*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Standeisky Éva (2005): *Gúzsba kötve táncolni. A kulturális élet és a hatalom*. Budapest: 1956-os Intézet.
- Švelch, Jaroslav (2018): *Gaming the Iron Curtain: How Teenagers and Amateurs in Communist Czechoslovakia Claimed the Medium of Computer Games*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Takács Róbert (2015): A kultúra reformja – a reform kultúrája. *Eszmélet*, 107. sz. 137–153. o.
- Takács Róbert (2020a): A felbomlás szélén. Nyugati film a magyar mozikban az 1980-as években. *In Media Res*, 1. sz. 84–106. o.
- Takács Róbert (2020b): Nyugati tartalmak, fővárosi mozik és színházak. A műsorpolitika nagyvárosi torzításai a késő Kádár-korszakban, 1975–1989. *Múltunk*, 3. sz. 164–202. o.
- Tordai Bence (2005): A Kádár-rendszer tömegkultúra-recepciója. In: Kisantal Tamás & Menyhért Anna (szerk.): *Művészet és hatalom. A Kádár-korszak művészete*. Budapest: L'Harmattan,

Levéltári források

Az Agitációs és Propaganda Osztály jelentése az Agitációs és Propaganda Bizottság részére a műhold közvetítésével sugárzott ellenséges televíziós propaganda várható alakulásáról és javaslatok a politikai tennivalókra, 1972. MOL XIX-A-24b 60. doboz

Jegyzőkönyv a Központi Bizottság 1980. február 28-i üléséről MNL OL M–KS 288. f. 4/168-169. ő. e.

Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1981. április 28-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/825. ő. e.

Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1981. július 7-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/830. ő. e.

Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1981. november 24-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/841. ő. e.

Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1982. március 2-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/848. ő. e.

Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1982. november 9-i üléséről. MNL OL 288. f. 5/866. ő. e.

Jegyzőkönyv az APB 1986. március 4-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/462. ő. e.

Jegyzőkönyv az APB 1986. szeptember 30-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/474. ő. e.

Jegyzőkönyv az APB 1987. január 20-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/480. ő. e.

Jegyzőkönyv az APB 1987. május 12-i üléséről MNL OL M–KS 288-41/487. ő. e.

Jegyzőkönyv a TPB 1989. június 14-i üléséről. MNL OL M–KS 288-41/523. ő. e.

Abstract in English

Culture, media, and the public sphere in the 1980s during the economic and governance crisis

One of the most frequently used expressions in the 1980s was that of crisis. It occurred 15 times in the first issue of the samizdat periodical *Beszélő* published in 1981, even though the discourse of official outlets was not dominated by the crisis and reform narrative up until 1986/87. This paper discusses how the public sphere was changing between these two dates, and particularly how the leadership of the party was addressing the growing political and economic crisis.

Keywords: 1980s, commercialisation, change of government, cultural policy, economic crisis, information policy, Kádár era, press control, social deal

Takács Róbert az ELTE Új- és Legújabbkori Doktori Iskolájában szerzett PhD-fokozatot 2011-ben. A Politikatörténeti Intézet tudományos munkatársa, a „Nyugati hatások és transzferek a magyar kultúrában és tudományban az 1970-es és 1980-as években” című OTKA-projekt vezetője, a *Múltunk* című folyóirat felelős szerkesztője. Kutatási területe az 1945 utáni kulturális külkapcsolatok és transzferek története, a sajtó- és médiatörténet, a politikai humor története. Legutóbbi írása a *Médiakutatásban*: „»A jó tanuló felel« – a magyar külpolitika a Helsinki utáni nemzetközi sajtó és információs vitákban (1975–1983) II. Belgrádtól Madridig” (2021. nyár). Email: takrobi78@gmail.com

Jele Ágnes

A határok szimbolikus mozgatója az eurózóna válsága idején

Két példa a német sajtóból

A posztkoloniális társadalomtudomány másságrepresentációs irányának fogalmi készletét használva rá lehet mutatni az Európai Unió – jelen elemzésben egy szűkebb térség, az eurózóna – tagországai közötti gazdasági-ideológiai konfliktusok néhány olyan jelentős társadalmi következményére, mint az etnikai és a regionális sztereotipizálások és a tagországok közötti gazdasági idegengyűlölet megjelenése. Az alábbiakban a német *Bild* és *Spiegel* példáján keresztül azt mutatom be, hogyan változott meg a korábbi jegybankelnök, Mario Draghi megítélése attól függően, hogy az elnök a két sajtótermék szerint helyes vagy hibás gazdaságpolitikai lépéseket tett. A sajtóban megjelenő morális felsőbbrendűség és jóság toposzait vizsgálva, a határ és a kizárás fogalmaira építve mutatom be ezeknek a mechanizmusoknak a működését.

Kulcsszavak: belső Másság, EKB, eurózóna, feltételes társadalmi kizárás, határ, informális ajtózáró mechanizmusok, jóság, Mario Draghi, másságrepresentáció, német sajtó, posztkolonializmus

1. Bevezetés: a „mi” és az „ők”

2008-ban a *Spiegel* egy Henry Kissingerrel készített interjúban¹ megkérdezte a politikust, megkapta-e „Európa” telefonszámát, amelyet három évtizeddel korábban – állítólag² – elkért, s ekkor Kissinger igennel válaszolt. Néhány évvel később a *Spiegel* rámutat: kétség sem férhet hozzá, hogy megvan ez a telefonszám, méghozzá Mario Draghi,³ az Európai Központi Bank elnöke birtokában. Nem volt egyedül a *Spiegel* ezzel a véleményével, rendre jelentek meg cikkek „Európa kancellárjáról”,⁴ aki az Egyesült Államok legfontosabb kapcsolattartójává vált, és aki „Európa” megmentőjeként lépett színre az eurózóna válsága idején.

Draghi megítélése a 2010 és 2014 között vizsgált *Bild* és *Spiegel* cikkeinek tanulsága szerint három időszakra osztható, amelyek alapján azonosíthatóvá válnak azok a társadalmi ajtózáró/ajtónyitó folyamatok (Böröcz 2002), amelyek meghatározzák, hogy egy adott személy/ország/régió a „mi” belső kategóriába sorolódik-e, vagy kívül esik ezen a körön. A Draghi EKB-elnökké választásával kapcsolatos hírek a kezdetektől feszültséget keltettek⁵ a *Bild* és a *Spiegel* tanulsága szerint, a németek jelöltje ugyanis ebben az időben a Bundesbank akkori elnöke, Axel Weber volt, Draghi pedig „a déli” jelölt.

1 Europeans Hide Behind the Unpopularity of President Bush. *Der Spiegel*, 2008. II. 18.

2 Draghi ist für die Amerikaner der Euro-Chef. *Der Spiegel*, 2012. XI. 6.

3 Mario Draghi 2011 és 2019 között volt az Európai Központi Bank elnöke.

4 „Sollte mich der Bundestag einladen, komme ich gerne.” *Süddeutsche Zeitung*, 2012. IX. 14., „We Couldn’t Just Sit Back and Do Nothing.” *Der Spiegel*, 2012. X. 29., Der mächtigste Mann Europas. *Der Tagesspiegel*, 2013. III. 30., Was in der Euro-Krise wichtig wird. *Zeit Online*, 2012. X. 4.

5 Például: Merkel ebnet Bundesbank-Chef Weber Weg an die EZB-Spitze. *Der Spiegel*, 2010. II. 6., Wechselt Bundesbank-Chef zur Europäischen Zentralbank? *Das Bild*, 2010. II. 15., Trichet-Juncker stellt sich gegen Weber als EZB-Präsidenten. *Der Spiegel*, 2010. II. 16.

Az alábbi tematikus elemzés a sajtóban megjelent „jeleket” figyel (Ginzburg 1989), és amellett érvel, hogy a vizsgált sajtó az eurocentrizmus kognitív sémáira erősítve különböző másságrepresentációk formájában „a legitimitás jegyét viseli magán – »természetesnek«, »elkerülhetetlennek«, »magától értetődőnek«” tűnve fel a társadalmi rend vonatkozásában (Hall 2005: 121). Ezzel kapcsolatban a Stuart Hall által leírtakat vélem mérvadóknak, amelyek szerint bizonyos kódokat olyan korán megtanulunk, hogy természetessé válnak, ezek pedig „látszólag »természetes« felismeréseket keltenek” (Hall 2005: 121), s emiatt elfedik az adott kódokban működő kódolást. Álláspontom szerint ez esetben meglévő kognitív sémák épülnek újra az adott új viszonyrendszer és a diskurzusok között. Ezek az új – hatalmi – diskurzusok látszólag objektív tudásformákkal alakíthatják a diskurzust, legyen szó a (kulturális/civilizációs) hierarchia csúcán álló társadalomról/régióról vagy az „alávetetről”.

A diskurzuselemzés a „mi” és az „ők” közötti különbség reprezentációjára figyel, amely kifejeződhet a „mi” toleranciájával és segítőkészségével, valamint a „másik” devianciájával és fenyegető attribútumaival (Van Dijk 1993). Ezeknek a diskurzusoknak lényeges részük az adott esemény tipizálása, amely sosem véletlen vagy különleges, hanem olyan, ami „mindig is így volt”, amit „mi sosem szoktunk így csinálni”, és a „másik” deviáns cselekedeteit nem lehetséges másként interpretálni, csak úgy, ahogy mi tesszük (Van Dijk 1993: 264).

2. A mintavétel indoklása és a kutatás módszertana

A szakértői (megítélésen alapuló) mintavétel alkalmazása esetén a kutató saját megítélése alapján, nem valószínűségi alapon választja ki az empiriát biztosító mintát (Babbie 2007: 184). Az alábbiakban a Bild és a Spiegel 2010 és 2014 között megjelent, Draghival foglalkozó cikkeinek elemzésével olyan diszkurzív gyakorlatokat mutatok be, amelyek felhívják a figyelmet bizonyos másságrepresentációs gyakorlatokra és az ezzel összefüggő hierarchizált Európa-kép bizonyos jellegzetességeire. A Spiegel a vizsgált időszak alatt 245 cikkben foglalkozott Draghival, míg a Bild 105 cikkben írt róla (lásd az 1. táblázatot).

1. táblázat
A vizsgált cikkek éves eloszlása

év/db	Das Bild	Der Spiegel
2010	5	6
2011	13	51
2012	56	103
2013	18	54
2014	13	31

A jelen empirikus anyag vizsgálatának következtetése általános megállapításra nem alkalmas, azonban az eredmények alkalmasak a kutatás kérdésfelvetéseinek bemutatására.

Az empirikus anyag kiválasztásának legfőbb szempontja a vizsgált lapok fizetett példányszámának, illetve online látogatottságának nagysága volt. 2010-ben a vezető bulvárlap, a Bild 24,8 millió eladott példánnyal a világon az ötödik legnagyobb példányszámú napilapok egyike volt,⁶ a Spiegel pedig a legnagyobb példányszámban eladott hetilap Európában, amelynek fizetett példányszáma 2010-ben elérte a közel egymillió darabot.⁷ Havi online látogatottságát tekintve a bild.de és a Spiegel Online 2002-től stabilan vezetett a német sajtótermékek

6 The worlds biggest selling newspapers. *Pressrun*, 2010. IX. 19.

7 Paid circulation of the news magazine Der Spiegel in Germany from 1995 to 2020. *Statista*, 2021. II. 2.

között. A 2010-es években ez a szám mindkét esetben 200 és 300 millió között volt, a 60 milliós látogatottságú Focus Online-t és a 40 milliós süddeutsche.de oldalt megelőzve.⁸

Az empirikus anyagot tematikus elemzésnek vetettem alá. „A tematikus elemzés az adatokon belüli minták (témák) azonosítására, elemzésére és bemutatására szolgáló módszer” (Braun & Clarke 2006: 6). Az elemzés során az összegyűjtött anyagban kategorizáltam a főbb témákat. A tematikus elemzést a Virginia Braun és Victoria Clarke (2006) által leírt adatelemzési szakaszokra bontva végeztem el, ezek: az adatok megismerése, a kódok kezdeti meghatározása, a kódok átfogó témákká kombinálása, a téma elemzése. A főbb témák és kódok meghatározását egy külső szakértő vizsgálta meg. Az itt bemutatott két nagyobb témakört olyan negatív informális áramlási intézményekként azonosítottam, mint (1) az adott személlyel kapcsolatos negatív etnikai/rassz alapú/regionális sztereotipizálás, valamint (2) bizonyos piacvédő mentalitások, illetve az esetleges gazdasági ideggyűlölet megjelenése a sajtó narratívájában.

3. Pozitív önkép és paternalizmus

Draghival akkor kezdett el foglalkozni a média, amikor felmerült a neve Jean-Claude Trichet lehetséges utódjaként. A 2012-ben született cikkek száma kimagasló a többi évhez képest (lásd az 1. táblázatot); ekkorra az euró elértéktelenedésétől és a megtakarítások elvesztésétől való félelem szinte hisztérikussá vált. A vizsgált sajtó ebben az időben a német áldozatvállalás központi alakjává a német adófizetőt és megtakarítót tette („az ő pénzük forog kockán”,^{9,10} „mindenki a pénzünket akarja”,¹¹ „80 százalékuk aggódik a pénze miatt”¹²). A német emberek megtakarításainak elvesztésétől való félelmét mind a Bild, mind a Spiegel táplálta, amikor arról írtak, hogy a „mediterrán országok” kiségitése közvetlen támadás a német emberek megtakarításaival szemben¹³ („már megint mindenki a mi pénzünket akarja”¹⁴), és nemcsak az infláció emelkedésétől kell tartani, hanem attól is, hogy a bajba jutott országok számára a pénzügyi segítségnyújtás ugyanolyan „függőséget okoz, mint a kábítószer”.¹⁵

A vizsgált sajtóban a gyermek toposza visszatérő elem a déli országokkal kapcsolatban, ahol a német, a fejlettebb, érettebb nép feladata megregulázni (megszorítóprogramokkal) ezeket a gyerekes országokat,¹⁶ amelyeken még azt is számon kell kérni, hogy „elvégezték-e a házi feladatukat”.¹⁷ A posztkoloniális irodalom a „Nyugat” és a többi viszonyában kiemeli az előbbi érett, felelős viselkedését szemben a nem-nyugati éretlenséggel, gyerekeséggel, irracionális viselkedéssel (Chakrabarty 2014). Ez a paternalista hozzáállás az egyik legfontosabb posztkoloniális alaptétel: a kevésbé fejlett másikat saját érdekében „atyai módon” irányítani¹⁸ szükséges (Chen & Farh 2010), hogy rátérjen a kívánatos útra. A domináns fél erkölcsi magasabbrendűsége vitathatatlan, hiszen a „másik” nem rendelkezik a világról olyan ismeretekkel, amelyek segítségével önmagától képes legyen a helyes viselkedésre – ezért szükség van egy objektív, racionális „segítőre” (Escobar 1995). A sajtó logikája szerint ez a racionális fél

8 Meedia Analyzer, 2013: „Spiegel Online, Focus Online, Stern.de, Sueddeutsche.de, Zeit Online, Bild.de, Visits-Entwicklung seit 2008.”

9 Az idézetek a szerző saját fordításai.

10 Maßgeschneidertes Trostpflaster. *Der Spiegel*, 2012. I. 3.

11 Die EZB wird zum Schuldenturm. *Das Bild*, 2012. VII. 31.

12 Klartext, Herr Draghi! *Das Bild*, 2012. VIII. 3.

13 Deutsche Sparer sollen für Europas Pleite-Banken blechen. *Das Bild*, 2012. VI. 6., Politik trifft deutsche Sparer hart. *Der Spiegel*, 2012. VII. 27., Blair drängt Merkel in Euro-Krise zum Nachgeben. *Der Spiegel*, 2012. VII. 30., How Monetary Policy Threatens Savings. *Der Spiegel*, 2012. X. 8.

14 Die EZB wird zum Schuldenturm. *Das Bild*, 2012. VII. 31.

15 Például Am Tropf. *Der Spiegel*, 2012. II. 27., Bundesbank-Chef stellt sich vor die Steuerzahler. *Das Bild*, 2012. VIII. 26., German Central Bank Opposes Euro Strategy. *Der Spiegel*, 2012. VIII. 27.

16 „Missverständnis“: Monti relativiert seine Aussagen. *Das Bild*, 2012. VIII. 6., SCHULDENKRISE Der Tabubruch. *Der Spiegel*, 2013. III. 25.

17 „Alle sollten dem deutschen Beispiel folgen.” *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 2011. II. 15., Spaniens Notenbank-Schulden steigen drastisch an. *Der Spiegel*, 2012. IV. 18., What Merkel’s Isolation Means For the Euro Crisis. *Der Spiegel*, 2012. V. 1., Sind die Deutschen die Verlierer der Schuldenkrise, Herr Schäuble? *Das Bild*, 2012. IX. 9., Mini-Zins löst Probleme nicht! *Das Bild*, 2013. XI. 8.

18 Europa zwingt Spanien Hilfen auf. *Der Spiegel*, 2012. VI. 10.

egyértelműen a német társadalom,¹⁹ amelynek állampolgárai nem várnak mást, mint egy kis elismerést és tiszteletet „fáradhatatlan teljesítményeikért”.²⁰

Hans-Jürgen Arlt és Wolfgang Storz (2011) kutatásában kimutatta, hogy a német sajtó hónapokon át tartó összehangolt kampányban a lusta és pazarló Südländer toposzával ábrázolta Dél-Európát, amely szerint elsősorban a lustaság és a megbízhatatlanság jellemző a déli népekre, amelyek a „megérdemelnél” sokkal jobban élnek.²¹ E logika szerint a nem dolgozó, sziesztázó déliek kizárólag maguknak köszönhetően jutottak bajba, ezért büntetést érdemelnek, míg a német jutalmat érdemel és elismerést vár:

Az olaszok megértik a görögöket [...]. de „a felsőbb osztályok, a politikusok, azok csesztek el mindent. Nem hagyhatod most őket csak úgy ott! Európai család vagyunk, nem? És egy családban segítesz a másoknak.” A fiatal freiburgi állampolgár, aki olaszul tanul a „Leonardo da Vinci” római nyelviskolában, másként látja... „Nem vagyunk egy család. A görögöknek látniuk kell, hogyan kezeljük... Túl keveset dolgoznak, és túl sokáig ülnek a kávézóban...”²²

Ezzel szemben a német nyaralás közben is dolgozik, hiszen az „euróválság nem nyaralás”.²³ A német a megtakarító és racionális mintapolgár, aki megbecsüli a munkát és szorgalmasan áll a feladatok elé, vagyis „kiérdemelt” jólétben él, ráadásul „meghökkenítő anyagi türelemmel”²⁴ viseli, hogy mások nemhogy nem tisztelik, hanem egyenesen megvetik őket józanságukért, fegyelmességükért, szorgalmukért.²⁵ „A németek elleni harag növekszik Olaszországban... A bárókban, kocsmákban és a szomszédokkal ejtett csevejben is magyarázkodniuk kell a németeknek...”

„Láttad az olimpiát tegnap?” – kérdezte ma a szomszédom, Camillo. Egy kosár saját termelésű paradicsomot, cukkinit és hagymát vitt a hóna alatt, és képmutató mosoly volt az arcán. „Nagyszerű volt: öt érem Olaszországnak. A második helyen állunk a kínaiak mögött, megelőzve az amerikaiakat! És ti?” – „Nem tudom” – feleltem őszintén. „A 79. helyen álltok! Egy kis erőfeszítést kellene tennetek!” Végül kijött, hogy a „németek” a vesztesek, ha csak átmenetileg is. Egy kis szusszanás a megaláztatás idején. [...] Az olaszokat leginkább a szigorú természet aggasztja... „La Merkel” felváltotta „Mikael Skumakert” ...most a berlini kormányfő testesíti meg a fölényes és arrogáns németet. Csodált, de nem szeretett, értékelt, nem megértett.²⁶

Nemcsak az esszencializált, sztereotipizált olasz képe bontakozik ki ezekben a sorokban, hanem rámutat arra a csalódottságra is, hogy saját (nemzeti) erőfeszítéseik ellenére – csupán azért, mert ragaszkodnak elveikhez – szinte felesleges áldozatuk, mert nem becsülik őket ezért.

A két reprezentációt (pozitív saját, negatív másik) összevetve az Enrique Dussel (1993) által leírt modernitásra jellemző mítoszselemekkel az tapasztalható, hogy a „modern” nyugat-európai identitásdimenziókra épülő sajtómegnyilatkozások ezen a dusseli logikai rend által leírt kognitív műveleteken alapulnak. Dussel szerint a modernitás mítoszselemei közé tartozik, hogy a modern Nyugat-Európa mint legfejlettebb civilizáció feladata, hogy a kevésbé civilizáltakat fel kell emelni. Ez a felemelkedés csak úgy történhet meg, ha ugyanazt az utat

19 Obama drängt Euro-Länder zu großer Lösung. *Der Spiegel*, 2011. XII. 10.

20 Der gutmütige Deutsche. *Der Spiegel*, 2014. IX. 9.

21 Deutsches Sparkapital fließt in Mittelmeerländer. *Der Spiegel*, 2012. III. 13.

22 Sommer, Sonne, Nervensägen. *Der Spiegel*, 2012. VIII. 7.

23 Uo.

24 Der gutmütige Deutsche. *Der Spiegel*, 2014. IX. 9.

25 Uo.

26 Streit um Euro-Schuldenländer-Stunde der Scharfmacher. *Der Spiegel*, 2012. VIII. 5.

járják be a kevésbé fejlett civilizációk, mint azt Nyugat-Európa tette. A civilizáló társadalom „hős”, amely áldozati szereplőként tekint a másokra, amelynek áldozata és szenvedése (amely a kiszabott ár a felemelkedésért) elengedhetetlenül szükséges. A posztkoloniális irodalom empirikus bizonyítékai szerint ahogy a modernitást a világnak nagylelkűen odaajándékozó Nyugat találkozik a Másik társadalom áldozatiságával, úgy kapcsolódik össze a „jóság centrifugális kisugárzása a megbecsülés centripetális áramlásával” (Böröcz 2020: 75). Böröcz József (2020) lépésről lépésre leírt kognitív műveletek sorával mutatja be, miként lehetséges, hogy ez a morális jóság tiszta formájában kizárólag Európa nyugati (észak-nyugati) felében található meg, s az, hogy mely társadalmak milyen közel kerülhetnek a geopolitikai térben a középponthoz, vagyis mekkora esélyük van arra, hogy e morális jósággal – megközelítőleg – rendelkezzenek, attól függ, mennyire hajlandóak lemásolni ezt a „tiszta forrást”.

4. A belső Másik változatairól

Edward Said (1978) mutatott rá arra, hogy a belső Másik megteremtése Nyugat-Európa számára szükségszerű, egyfajta szellemi és identitásbeli antitézis (Dainotto 2011). A Másik egy tükörkép, minőségében megfosztott, alacsonyabb rendű és alábbvaló (Bhambra 2011), de általa létezik/létezhet az az Európa, amely immár viszonyítási pont, a társadalmi haladás mércéje, tulajdonképpen prototípus (Hall 1992: 221).

Nyugat-Európa külső és belső másságrepresentációi hangsúlyukat tekintve dinamikus változásban vannak. A belső Másság 18. századi formációját Larry Wolff írta le *Inventing Eastern Europe* című könyvében, amelyben bemutatja, milyen representációk járultak hozzá ahhoz, hogy Kelet-Európa egyfajta orientális képként teremtsődjön meg Nyugat-Európában. A Wolff által leírt útleírásokból kitűnik, hogy a felvilágosodás szellemi és kulturális konstrukciója a Nyugatot – képzelt szellemi és civilizált fölényével – a világ tetejére helyezi. Melegh Attila álláspontja szerint Nyugat-Európa számára a keleti régió nem más, mint saját egykori önmaga, a „nacionalista, félbarbár és nevetlen [archetípus], amelyet meg kell fegyelmezní, és el kell tudni hallgattatni” (Melegh 2003). Böröcz József a belső Másikat – benne térségünkkel – úgy határozza meg, mint ami „a világ »minőségileg« – morálisan – fensőbbrendűként dicsőített részének »mennyiségileg« lesajnált, gyengébb kiadású verziója” (Böröcz 2006/2020: 93).

E félig-orientalizáló magatartás fokozódik, amikor a térképen dél felé, „a Balkánra” tekintünk, amelyről Milica Bakić-Hayden (1995) *Nesting Orientalism* című tanulmányában úgy ír, mint a nyugati civilizáció szemében megtestesülő primitív szláv torzulásról, amelynek természetében „benne van” az erőszakosság és a visszamaradottság. Liridona Velíu (2018) a balkanizáció kettős gúzsba kötöttségére mutat rá: vagyis míg egyrészt a térség számlájára írják az öngondoskodás, a szuverenitás hiányát, másrészt felróják a térség közösségi funkcionalitásának hibáit – azaz a Balkán egyszerre az individualitás kibontakozását akadályozó „természet” és a kollektivitásra való képtelenség példája (Velíu 2018: 36).

A nyugat-európai „haladás” teleológiájának másik „vesztése” Dél-Európa (a „mediterrán”, vagy a főáramú diskurzusokban szeméretlenül PIGS-nek hívott régió), amely a belső másságképzés egy másik fajtája. Nishitani Osamu (2006) mutat rá a humanitas és az antropos mint az emberi létezés kétféle nyugati koncepciójában rejlő kizáró mechanizmusra: az előbbi maga a modern nyugati ember, a mindenkori tudás szubjektuma, az utóbbi az alárendelt, nem racionális ember, akinek a humanitas szemében két típusa van: a nyugatin kívül mindenkori ember, valamint a modern társadalmi ember előtti európai. A görög-római éthoszt felváltó nyugati modern ember – új éthoszt találva magának – az előbbit érvénytelenítve, alávetve, az antropos létállapotában ragadó emberként tekint egykori „ősére”, a nyugati „genealógia” szerint meghaladott, a történelemben bennragadt görög-római világra (Wolf 1995). Walter Mignolo (2011) az európai filozófia univerzalitásáról írja le, hogy a felvilágosodás egyik vívmányaként, episztemológiai nullpontként meghatározott angol, német, francia filozófia miként kicsinyli le a kívül rekedteket, hogyan válnak Dél-Európa országai gyanússá a racionalitás szempontjait figyelembe véve, és miként kerülnek a felvilágosodás projektjében domináns államok a civilizáció legfelső fokára.

Ez a hierarchia az EU-csatlakozásokkal vált ismét erőteljesen érzékelhetővé: paradoxon, hogy a „problémás” csatlakozó országok (először a déliek, majd a keletiek) „európaivá” válni akarásukban negatív ellenpólussá, belső Másikká váltak az EU-n belül is. Erre a „keleti bővítéssel” kapcsolatos irodalomban bőségesen találunk példákat (például Bhambra 2007, Böröcz 2000, 2001, 2005, Hansen & Jonsson 2014, Kovács 2001). Ezeknek

a kutatásoknak közös konklúziójuk, hogy az európai Másik alacsonyabb rendűként értékelt, tökéletlen változata a társadalmilag-morálisan felsőbbrendű Nyugatnak.

Roberto M. Dainotto (2007) *Europe (in theory)* című könyvében így ír az olasz EU-csatlakozás kezdeti eufóriájáról, majd szorongásáról:

A szokásos, összetéveszthetetlen gyanakvás még mindig csillogott északi rokonaink szemében, aligha vártak minket tárt karokkal a határ túloldalán. A határok egy rövid, néhány napos jelképes nyitás utána hamarosan ismét bezárultak előttünk. Európaiak voltunk – de csak elméletben (Dainotto 2007: 2).

Az eufória szertefoszlott, amikor a nyugati média „későn érkezett Giovannikként” beszélt róluk, és „Európa korrupció?”, „A józan ész verseng a sziesztázó délrel” és „Európa déli árnyéka” szalagcímek születtek. A nyugati média alig győzte hangsúlyozni, hogy attól még, mert a határok megnyíltak, a „disznók” ugyanolyanok maradtak: „mediterrán szindrómától” küzdő országok, amelyek képesek lennének a „bölcs, szigorú és erényes Európát” megfertőzni (Dainotto 2007: 3).

5. A határok szimbolikus mozgatója

Ahogy azt Étienne Balibar leírja, a határok sosem pusztán helyi intézmények, nem szomszédos hatalmak közötti konfliktusok és megállapodások történetei, hanem lehetnek belső és külső határok, objektívek vagy szubjektívek (Balibar 2010: 316), és tetten érhetők bennük „a világ nemzet- és régióközi” egyenlőtlenségei (Böröcz 2002: 142). Böröcz (2002) Georg Simmel híd- és ajtómetaforáját használva megállapítja, hogy „a határ: ajtókkal felszerelt híd”, ahol a simmeli értelemben kapcsolódni lehet, ha a „társadalmi akarát kerekedik felül”, és a közeledésre „pozitív szándék” van. Az ajtó egyfajta határátkelő, ahol a közhatalom a kint és a bent áramlásait tudja szabályozni. Azt, hogy a simmeli hídon megtörténjen vagy elbukjon az átkelés, az ajtó nyitódása vagy záródása határozza meg – vagyis meghatározott formális és informális társadalmi feltételektől függenek ezek a körülmények.

A határfogalmat alkalmazva az európai belső viszonyainak a megértésére jól érzékelhetők azok a szimbolikus „ajtózáró mechanizmusok”, amelyek feltételes társadalmi kizárással fenyegették a rosszul teljesítő deliéket (illetve ugyanígy, a jól teljesítő országok esetében a megengedő, szimbolikus „visszaengedés” is megjelenik a médiában). A határok ily módon történő, szimbolikus mozgatójával, amellyel az európai egyes országai hol kívánatosnak, hol nemkívánatosnak bizonyultak a média szemében, a németek morális döntési pozícióba emelkedtek, amely a végletekig leszűkítette azt az „Európa” fogalmat, amely eleve rendkívül szűk, illetve „alkalmazkodóan” hol szűkebb, hol tágabb értelemben jelent meg a narratívában.

A következőkben két ajtózárási informális intézménnyel foglalkozom, mint (1) a személyek, illetve (2) az áruk, a pénz, a tőke, a befektetés áramlási típusai, és ezek alapján sorra veszem a vizsgált sajtótermékek diszkurzív gyakorlatait Draghi kapcsán. A két áramlási típust aszerint a három időszak szerint kategorizálom, ahogyan a Bild és a Spiegel viszonyult Draghihoz. Ez alapján az első időszak akkor kezdődött, amikor Draghi neve elsőként került fel lehetséges EKB-elnökjelöltként. Ebben az időben Jean-Claude Trichet utódját keresve felmerült a német jegybankár, Axel Weber neve, akit a német politika értelemszerűen EKB-elnökként látni szeretett volna (később Weber visszalépett a jelöléstől). Az első időszak addig tartott, amíg Angela Merkel a nyilvánosság elé állva kijelentette, hogy támogatja Mario Draghit, mert „osztja Berlin értékeit”.²⁷ A második időszak 2011 közepétől a megválasztása utáni első gazdaságpolitikai döntéséig tartott, ebben az időszakban Draghi és a német nép közös értékeit hangsúlyozta a két lap. Azonban miután Draghi a német gazdaságpolitikának nem tetsző kamatcsökkentő lépéssel kezdte elnökségét, az empirikus anyag bizonyossága szerint a sajtó elfordult tőle, és ez az elfordulás végigkísérte elnökségét.

²⁷ Merkel stützt Draghi als EZB-Chef. *Die Zeit*, 2011.05.11.

5.1. Személyek

Ebben az áramlástípusban a negatív etnikai/rassz alapú/regionális sztereotípiák voltak a vizsgálat tárgyai. A kezdeti időszakban a Spiegel a német jelölt mellett kampányolva Draghi olasz mivoltára helyezte a hangsúlyt, főként amiatt, mert a leendő alelnök személye a portugál Vitor Constancio személyében már napvilágra került, arra pedig gondolni sem lehetett, hogy mind az alelnök, mind az elnök déli ország „képviselője” legyen,²⁸ főként mivel az északi keményebb irányvonallal szemben a „déliek hagyományosan nagyvonalúbb álláspontot képviselnek a monetáris politikában”.²⁹ Ugyanebben az időszakban a Bild által közölt cikkek kiemelt témája Draghi olasztsága,³⁰ amivel nem titkolták az újságírók, hogy ez a tény katasztrofális következményekkel jár majd a német társadalom számára („az olaszoknak az infláció ugyanúgy hozzátartozik az élethez, mint a paradicsomszós és a tészta”).³¹

Egy rövid, támogató időszakban a vizsgált sajtó Draghit német („mi”) attribútumokkal ruházta fel, lényegében kiléptette őt „olaszságából”, tiszteletbeli németként (poroszként) hivatkozva rá,³² ennek megfelelően német erkölcsökkel, protestáns munkaetikával és szigorúsággal. Az olasz attribútumokhoz képest meghatározott Draghi az akkori elnök Silvio Berlusconi ellentípusaként jelent meg a médiában („nem jár fényűző fesztiválokra”, „nem érdeklik a zajos fogadások”,³³ „a kínos szoknyavadász ellentéte”, „nem szereti a reflektorfényt”, „ritkán ad interjút”,³⁴ „nem egy római szerető”, „nem egy római bonviván”³⁵), és csak egy hibája van, „a rossz útlevele”, és „nyilvánvaló, hogy az olasznak kezdettől fogva meg kell küzdenie azzal az előítélettel, hogy mi az állampolgársága.”³⁶

Az ebben az időszakban megjelenő német attribútumok, amelyeket Draghi is birtokol, a következők: csendes, udvarias, barátságos, félénk, kemény, nyugodt, házas,³⁷ jó ember,³⁸ „annyira német”, „sőt valójában porosz”, szigorú, földhözragadt, eltökélt, magabiztos, technikailag kiváló, hűséges, „tiszteletbeli állampolgárságot” kap a németektől,³⁹ kozmopolita, introvertált,⁴⁰ józan, magasan képzett, „inkább a színpalak mögött, csendben dolgozik”,⁴¹ porosz olasz.⁴²

A harmadik időszak központi gondolata, hogy Draghi mégsem az a porosz mentalitású szakember, ahogy azt korábban elhitték neki, valójában ravasz diplomata,⁴³ aki rugalmasan kezeli a németek számára létfontosságú ordoliberalis elveket és irányokat, ezzel együtt a Bundesbank hagyományát. Olyan ember képe bontakozik ki, akiben a német állampolgárok nem bízhatnak,⁴⁴ mert valójában a „déliek” támogatója,⁴⁵ de megtévesztő az a vonzó tulajdonsága, hogy mindenkivel úgy beszél, „mintha az ő oldalán állna”.⁴⁶ Miközben csak azon munkálkodott, hogy „Németország és Franciaország is elégedett legyen, miközben saját hatalmát maximalizálta”.⁴⁷

28 Például: Merkel ebnet Bundesbank-Chef Weber Weg an die EZB-Spitze. *Der Spiegel*, 2010. II. 6.

29 Paris unterstützt deutschen Zentralbank-Kandidaten Weber. *Der Spiegel*, 2010. II. 12.

30 „und dieser Italiener auf gar keinen Fall. *Das Bild*, 2010.03.11., Superbanker aus Berlusconi. *Der Spiegel*, 2011. II. 21. Machtkampf um den Chefposten der EZB. *Das Bild*, 2010. III. 11.

31 Wer passt jetzt auf unseren EURO auf? *Das Bild*, 2011. II. 11.

32 So deutsch ist der neue EZB-Chef. Nikolaus Blome. *Das Bild*, 2011. IV. 29.

33 Uo.

34 Draghi soll den Euro retten. *Der Spiegel*, 2011. VI. 24.

35 DAS ist der neue Mister Euro. EU-Finanzminister schlagen den Italiener als neuen EZB-Chef vor. *Das Bild*, 2011. V. 17.

36 Super-Mario erbt Super-Probleme. *Der Spiegel*, 2011. X. 19.

37 So deutsch ist der neue EZB-Chef. *Das Bild*, 2011. IV. 29.

38 Sarkuzy kürt Draghi zum Mr. Euro. *Der Spiegel*, 2011. IV. 26.

39 So deutsch ist der neue EZB-Chef. *Das Bild*, 2011. IV. 26.

40 Zweifelte an Super-Mario. *Der Spiegel*, 2011. V. 2.

41 Draghi soll den Euro retten. *Der Spiegel*, 2011. VI. 24.

42 Erster Tag für „Super Mario”. *Das Bild*, 2011. XI. 1.

43 Draghi's Pledge ECB Divided over Efforts to Save Euro. *Der Spiegel*, 2012. VII. 30.

44 Deutsch misstrauen Draghi. *Der Spiegel*, 2012. IX. 06.

45 Draghi's Pledge ECB Divided over Efforts to Save Euro. *Der Spiegel*, 2012. VII. 30.

46 Uo.

47 Uo.

5. 2. Áruk, pénz, tőke, befektetés

Ebben az áramlástípusban a piacvédő mentalitások és a gazdasági idegengyűlölet kategóriái voltak a vizsgálat tárgyai. Az első időszak központi témája az olasz gazdasági mentalitás bemutatása volt, és annak cinikus hangsúlyozása, hogy az olasz lesz „Mr. Euró, aki garantálja a valutánk jólétét”, „aki kezeli a jó stabil német márka örökségét”.⁴⁸ Draghi eszerint „a líra embere”, azé a líráé, amely „emlékeztetésképpen: a valuta végtelenül sok nullával”.⁴⁹ Az újságírók figyelmeztetnek: az olasz jegybankelnök elődje ellen „nyomoz az olasz ügyesség”, de azt se felejtjük el, hogy kicsoda Mario Draghi: egykori befektetési bankár a Goldman Sachs-nál („mellesleg ez az a bank, amely segített a görögöknek kétes pénzügyi spekulációikban”).⁵⁰ A cikkek nem felejtik el megemlíteni, hogy a „szakértők a legnagyobb euróadósság-gyártókat PIGS-nek hívják”,⁵¹ Draghi elnökségével pedig „túlsúlyba kerülnek azok a dél-európai országok, amelyek hajlamosak a laza monetáris politikára”.⁵² Felhívják a figyelmet arra, hogy „az olasz állami bank jó hírneve természetesen gyakran kissé kétséges” (sőt valójában „egy agyafúrt állami kaszinó” az egész), és itt az a szokás, hogy „az egész életre megválasztott vezetőket, mint a pápákat, érdekli a politika, és titokban a bankárokkal tárgyalnak”.⁵³ A két újság pedig azt is nyilvánvalóvá tette, hogy mivel az EKB vezetőjének kiválasztása „rendkívüli politikai kérdés”, elsősorban Berlinben és Párizsban kellene döntenie róla, „a fontos politikusok pedig mind Berlinben és Münchenben vannak”.⁵⁴

A második időszakban a hangsúly Draghi poroszos gazdasági mentalitására helyeződik, s a lapok hangsúlyozzák, hogy Draghinak – akiről annyit azért már tudnak, hogy „példaképe az éltanuló Németország”⁵⁵ – még „bizonyítania kell, hogy valóban független-e az olasz kormánytól”.⁵⁶ Azonban Draghi meggyőzte Angela Merkelt, aki végül „nagyon érdekes és tapasztalt személyiségként” hivatkozva rá, támogatta jelölését, hiszen „nagyon közel áll a stabilitási kultúrával és a stabil üzlettel kapcsolatos elképzeléseihez”.⁵⁷

Ez a támogatás azonban elmúlt, amikor a harmadik időszakban az inflációt kezdték el félteni „az olasztól”: „... már most csökkentette a kontinens legfontosabb kamatlábát [...] Ez felkavarja a félelmeket”.⁵⁸ Ekkor már az „olasz Berlusconi férfinak” nevezik, és azt beszélnek róla, hogy „állítólag segített Görögországnak elrejtetni az ország hatalmas költségvetési hiányát”,⁵⁹ „egy gyertyafényes fészület mellett prédikált az adakozásról”⁶⁰ –, de az újságíró kijelenti: „nincs több német pénz”. Miután Alexander Dobrindt, német politikus (CSU) egy interjúban⁶¹ azzal vádolta Draghit, hogy „Európa pénzhamisítója”, aki arra használja az EKB-t, hogy pénzt juttasson a déli deficit kitömésére, a Spiegel 2012. augusztus 26-a és október 24-e között nyolc cikkben foglalkozott Dobrindt vádjával.⁶²

48 Wer passt jetzt auf unseren EURO auf? *Das Bild*, 2011. II. 11.

49 Uo.

50 Uo.

51 Merkel Still Trying to Block ECB President Draghi. *Der Spiegel*, 2011. V. 6.

52 Neustart im Rennen um die Trichet-Nachfolge. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 2011. II. 11.

53 Superbanker aus Berlusconi. *Der Spiegel*, 2011. II. 21.

54 Neustart im Rennen um die Trichet-Nachfolge. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 2011. II. 11.

55 Superbanker aus Berlusconi. *Der Spiegel*, 2011. II. 21.

56 Der letzte Falke. *Der Spiegel*, 2011. IX. 25.

57 Merkel signalisiert nun doch Zustimmung für Draghi. *Der Spiegel*, 2011. V. 11.

58 Warum die EZB schon jetzt die Zinsen senkt. *Der Spiegel*, 2011. XI. 3.

59 Ombudsmann prüft Draghis Lobby-Mitgliedschaft. *Der Spiegel*, 2012. VII. 30.

60 Ende der Ruhe. *Der Spiegel*, 2013. III. 4.

61 Kentert die Koalition? *Bild am Sonntag*, 2012. VIII. 26.

62 CSU beleidigt Draghi als „Falschmünzer Europas.” *Der Spiegel*, 2012. VIII. 26., Debatte über griechisches Euro-Aus „Zu dem Dobrindt fällt mir nichts mehr ein.” *Der Spiegel*, 2012. VIII. 27., Konvent und Chaos. *Der Spiegel*, 2012. VIII. 27., Euro-Kurs-Streit in CSU Partei auser Kontrolle. *Der Spiegel*, 2012. VIII. 27., Seehofer stützt Dobrindt. *Der Spiegel*, 2012. VIII. 29., Umstrittener EZB-Chef Draghi will sich im Bundestag rechtfertigen. *Der Spiegel*, 2012. IX. 14., Guter Draghi, böser Draghi. *Der Spiegel*, 2012. X. 24.

A vizsgált sajtó a beszédmódja alapján a német társadalmat modernebb civilizációnak gondolja, s például a Bundesbankra úgy hivatkozik, mint az EKB „Über-Ich”-jére,⁶³ míg a dél-európaival kapcsolatban a „civilizálásra szoruló”, fejletlen társadalom képe bontakozik ki. Miután véleményük szerint Draghi szakít a Bundesbank hagyományaival, az EKB így alacsonyabb rendű intézménnyé, Draghi pedig az olasz, majd porosz-olasz pozícióból ellenséggé válik. Az empirikus anyag tanulsága szerint a félelem abból táplálkozott, hogy az új bankelnök beiktatásakor nem tudhatták, a monetáris politikai döntések, amelyeket Draghi elnökként hozni fog, mennyiben fognak ellentmondani a német gazdasági érdekeknek (azaz visszakapják-e a válsággal elvesztett pénzüket). A sajtó beszédmódja szerint Draghi olaszága eleve fenyegetés, és felfedezni vélték e fenyegetést Draghi első kamatcsökkentő gazdaságpolitikai lépésében. Ez felerősítette a német inflációs félelmeket, ezért fordult el a sajtó Draghitól, annak ellenére, hogy a megszorító intézkedések kidolgozásában Draghinak és az EKB-nak aktív szerepe volt (trojka, „tanácsadói szerep”). A megszorító csomagok német szempontból nemcsak gazdasági okok miatt fontosak: céljuk garantálni, hogy a déli országok az „európaiság” felé vezető úton megfelelő mértékű áldozattal és szenvedéssel megtanulják végre a leckét, hogy ne kövessék el újra azokat a hibákat, amelyek rendre letérítik őket a helyes útról.

A vizsgált sajtó szerint egyértelműen fejlettebb a saját társadalmuk, lényegében egyedüliek a világon – azáltal, hogy keynesiánus pénznyomtatás helyett az ordoliberalizmus elveihez tartják magukat.⁶⁴ Ehhez akkor is ragaszkodnak, ha ezért szétszakad az eurózóna és megszűnik az euró, és minden más tagországnak az ő példájukat kellene követni, ha nem akarnak bajba kerülni, és nem kívánják bajba sodorni a felelős német társadalmat.

A sajtó közvetíti a német gazdaságpolitikai elveket,⁶⁵ amelyek szerint elképzelhetetlen gazdaságpolitikai lépés veszélyeztetni az árstabilitást és – kockáztatva az inflációt – támogatást nyújtani az arra rászoruló országoknak. Azonban mégis megteszik, egyfajta kategorikus imperativuszként kötelező parancs számukra, hogy „civilizálják” a másikat, megmutassák a helyes utat. Ez a következőt jelentette: támogatást ne várjanak a tisztességes adófizető német állampolgártól, azonban megtanítják ezeket a fejletlen, hibás országokat arra, hogy miként kell berögzült viselkedéseiken változtatni, hogyan lehet elérni, hogy elvégezzék a feladott házi feladatot cserébe a jóindulatért, amelyet kapnak, tehát hajtsák végre a strukturális reformokat, és vegyék tudomásul, hogy nincs beleszólásuk saját fiskális politikájuk alakításába.

6. A kutatás korlátai

A jelen tanulmány csak kis mértékben utal az Európai Központi Bank válság idején betöltött gazdasági (és a szélesebb nyilvánosságban játszott) szerepére. A megváltozott politikai pozíciójával és az ezáltal elnyert hatalommal a szakirodalom széles körben foglalkozik (például Howart & Loedel 2003, Fontan 2013, Torres 2013, McNamara 2015, Verdun 2017, Jele 2020, Lokdam 2020). A kutatásokban közös, hogy megállapítják, az EKB Draghi idején a mandátuma szerinti feladatkört meghaladó mértékben uralta a válsággal kapcsolatos nyilvános narratívát, és bármely más nemzetek fölötti testületnél nagyobb hatalmat nyert el. Ez a hatalom egyben szimbolikus jelentőségű is volt, és „Európa” politikai és társadalmi egységét próbálta megtestesíteni.

A tanulmány további limitációja, hogy két sajtóterméket vizsgál, így nem lehet általános következtetést levonni a talált eredményekből. Jelentősen növelné a kutatás értékét, ha más német sajtótermékek tematikus vizsgálata is megtörténne. Főként a minőségi napi- és hetilapok (például a *Süddeutsche Zeitung*, a *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, a *Die Welt*, a *Die Zeit*) bevonásával lehetne megállapítani, mennyire általánosíthatók a *Bild* és a *Spiegel* empirikus vizsgálatának eredményei.

63 Ordnungspolitik, was ist das? *Der Spiegel*, 2012. II. 15.

64 Uo.

65 Például *Der Unbeugsame*. *Der Spiegel*, 2011. XI. 14., *Schnaps für Alkoholiker*. *Der Spiegel*, 2011. XII. 17., *Maßgeschneidertes Trostpflaster*. *Der Spiegel*, 2011. I. 3., *Ordnungspolitik, was ist das?* *Der Spiegel*, 2012. II. 15., *Deutschland ist ein Vorbild*. *Das Bild*, 2012. III. 22.

Irodalom

- Arlt, Hans-Jürgen & Wolfgang Storz (2011): *Drucksache „Bild” – Eine Marke und ihre Mägde. Die „Bild” – Darstellung der Griechenland- und Eurokrise 2010*. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung. Frankfurt/Main.
- Babbie, Earl (2007): *The practice of social research*. 11th Edition. Belmont: Thompson Wadsworth.
- Bakić-Hayden, Milica (1995): Nesting Orientalisms. The Case of Former Yugoslavia. *Slavic Review*, vol. 54, no. 4, pp. 917–931.
- Balibar, Étienne (2010): At the borders of citizenship: A democracy in translation? *European Journal of Social Theory*, vol. 13, no. 3, pp. 315–322.
- Bhambra, Gurinder K. (2007): Postcolonial Europe: Or, Understanding Europe in Times of the Postcolonial. In: Chris Rumford (ed.): *Handbook of European Studies*, pp 1–22. London: Sage.
- Bhambra, Gurinder K. (2011): Cosmopolitanism and Postcolonial Critique. In: Maria Rovisco & Magdalena Nowicka (eds.): *The Ashgate Research Companion to Cosmopolitanism*, pp. 313–328. Farnham: Ashgate.
- Böröcz József & Kovács Melinda, szerk. (2001): EU-birodalom. Tematikus blokk. *Replika*, 45–46. sz. 23–151. o.
- Böröcz József & Mahua Sarkar (2005): Mi az Európai Unió? *Politikatudományi Szemle*, 3–4. sz. 151–177. o.
- Böröcz József (2001): Bevezető. Birodalom, kolonialitás és az EU „keleti bővítése”. In: Böröcz József & Kovács Melinda (szerk.) EU-birodalom. Tematikus blokk. *Replika*, 45–46. sz. 23–44. o.
- Böröcz József (2002): A határ: társadalmi tény. *Replika*, 47–48. sz. 133–142. o.
- Böröcz József (2020): A jóság máshol van: Az Európán belüli másság szabálya. *Replika*, 115–116. sz. 69–97. o.
- Böröcz, József (2000): The Fox and the Raven: The European Union and Hungary Renegotiate the Margins of „Europe”. *Society for Comparative Study of Society and History*, vol. 42, no. 4, pp. 847–875.
- Böröcz, József (2006): Goodness is elsewhere: The rule of European difference. *Society for Comparative Study of Society and History*, vol. 48, no. 1, pp. 110–138.
- Braun, Virginia & Victoria Clarke (2006): Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, pp. 77–101.
- Chakrabarty, Jaydeep (2014): *Postcolonialism: Canonicity and Culture: Essays in memory of Edward W. Said*. Booktango.
- Chen, Chao C. & Jiing-Lih Farh (2010): Developments in understanding Chinese leadership: Paternalism and its elaborations, moderations, and alternatives. In: Michael Harris Bond (ed.): *Oxford library of psychology. The Oxford handbook of Chinese psychology*, pp. 599–622. Oxford University Press.
- Dainotto, Roberto M. (2007): *Europe (in theory)*. Duke University Press.
- Dainotto, Roberto M. (2011): Does Europe Have a South? An Essay on Borders. *The Global South*, vol. 5, no. 1, pp. 37–50.
- Dussel, Enrique (1993): Eurocentrism and modernity (Introduction to the frankfurt lectures). *Boundary*, vol. 2, no. 20, 3, pp. 65–76.
- Escobar, Arturo (1995): *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton University Press.
- Fontan, Clément (2013): Frankenstein in Europe: The impact of the European Central Bank on the management of the eurozone crisis. *Politique Européenne*, vol. 42, no. 4, pp. 22–45.
- Ginzburg, Carlo (1989): *Clues, Myths and the Historical Method*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Hall, Stuart (1992): The question of cultural identity. In: Stuart Hall, David Held & Anthony McGrew (eds.): *Modernity and its futures*, pp. 274–316. Cambridge: Polity Press in association with the Open University.
- Hall, Stuart (2005): Encoding/Decoding. In: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe & Paul Willis (eds.): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972–1979*, pp. 117–128. Taylor & Francis e-Library.
- Hansen, Peo & Stefan Jonsson (2014): *Eurafrica: The Untold History of European Integration and Colonialism*. London: Bloomsbury Academic.
- Howarth, David J. & Peter H. Loedel (2003): *The European Central Bank: The new European leviathan?* Palgrave Macmillan.
- Jele Ágnes (2020): A monetáris politika mint közügy. *Jel-Kép*, 2. sz. 52–63. o.

- Kovács Melinda (2001): Elmarasztalni és elhalasztani. Az EU diszkurzív stratégiái az 1998-as és 1999-es országjelentésekben. In: Böröcz József & Kovács Melinda (szerk.): EU-birodalom. Tematikus blokk. *Replika*, 45–46. sz. 89–110. o.
- Lokdam, Hjalte (2020): 'We serve the people of Europe': Reimagining the ECB's political master in the wake of its emergency politics. *Journal of Common Market Studies*, vol. 58, no. 4, pp. 978–998.
- McNamara, Kathleen R. (2015): *The Politics of Everyday Europe: Constructing Authority in the European Union*. Oxford University Press.
- Meedia Analyzer (2013): Spiegel Online, Focus Online, Stern.de, Sueddeutsche.de, Zeit Online, Bild.de, Visits-Entwicklung seit 2008, <http://meedia.de/typo3conf/ext/m2analyzer/analyzer/graph.php>.
- Melegh Attila (2003): A kelet/nyugat lejtő. *Élet és Irodalom*, 17. sz.
- Mignolo, Walter D. (2011): Border Thinking, Decolonial Cosmopolitanism and Dialogues Among Civilizations. In: Maria Rovisco & Magdalena Nowicka (eds.): *The Ashgate Research Companion to Cosmopolitanism*, pp. 329–348. Farnham, England & Burlington, USA: Ashgate.
- Osamu, Nishitani (2006): Anthropos and Humanitas: Two Western Concepts of „Human Being”. In: Naoki Sakai & Jon Solomon (eds.): *Translation, Biopolitics, Colonial Difference*, pp. 259–274. Hong Kong University Press.
- Paid circulation of the news magazine Der Spiegel in Germany from 1995 to 2020, *Statista*, 2021. II. 2.
- Said, Edward W. (1978): *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Torres, Francisco (2013): The EMU's legitimacy and the ECB as a strategic political player in the crisis context. *Journal of European Integration*, vol 35, no. 3, pp. 287–300.
- Van Dijk, Theon A. (1993): Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, vol. 4, no. 2, pp. 249–283.
- Veliu Liridona (2018): 'Balkanization' from Knowing to Questioning. In: *#Balkanization: A Critical Study of Otherness through Twitter*. Masters of Peace. Springer, Wiesbaden.
- Verdun, Amy (2017). Political leadership of the European Central Bank. *Journal of European Integration*, vol. 39, no. 2, pp. 207–221.
- Wolf, Eric R. (1995): *Európa és a történelem nélküli népek*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Wolff, Larry (1994): *Inventing Eastern Europe. The Map of Civilization on the Mind of the Enlightenment*. Stanford UP.

Abstract in English

The symbolic shifting of the borders during the Eurozone crisis: two examples from the German press

Using the conceptual set of the representational direction of postcolonial social science, we can identify some important social consequences of economic-ideological conflicts between the member states of the European Union – in the current analysis a narrower area, the Euro area – such as ethnic and regional stereotyping and economic xenophobia. This paper, using the examples of *Das Bild* and *Der Spiegel*, shows how the perception of former central bank governor Mario Draghi has changed depending on whether the president was taking the 'right' or 'wrong' economic policy steps according to the two press products. Examining the topos of moral superiority and goodness appearing in the press, it presents the operation of these mechanisms based on the concepts of border and exclusion.

Keywords: border, conditional social exclusion, ECB, Euro area, German press, goodness, informal door-closing mechanisms, internal Otherness, Mario Draghi, postcolonialism, representation of otherness

Jele Ágnes a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának doktorjelöltje. Kutatási területe: jegybank és kommunikáció, politikai hatalom és pénz hatalom kapcsolata, az EU kritikai vizsgálata. Email: jeleagnes@hotmail.com

Bódi Jenő

„Ebből a vírus pocsolyából..”

A Balaton vízminőségével kapcsolatos 2014-es botrány elemzése

Tanulmányom a Balaton vízének minősége körül a médiában 2014 júniusában kialakult botrányral foglalkozik. 2014. június 21-én a Magyar Úszás Napja nevű rendezvénysorozat balatonfüredi eseménye után több résztvevő sportoló is megbetegedett, köztük országszerte ismert úszók is. A történetekkel a hazai média is élénken foglalkozni kezdett, a megbetegedések kapcsán több, a Balaton vízének minőségével foglalkozó híradás is megjelent. Ezek közül a legnagyobb visszhangot az Origo 2014. június 28-án publikált „Óriási ürülékszőnyeg lebegett a Balatonon” című cikke váltotta ki, amely a balatonfüredi fertőzést a balatoni vitorlások a tavat szennyező gyakorlatával próbálta megmagyarázni.¹ Kutatásom e téma kapcsán a sajtóban 2014 nyarán zajlott vitát és a körülötte kialakult társadalmi diskurzust elemzi.² Az elemzés során négy beszédmódot azonosítottam: a víz minőségével, a megbetegedésekkel foglalkozó laikus és szakértői beszédmódokat, a helyi politikusok, turisztikai szereplők és az olvasók médiapolitikai beszédmódját, valamint a történések turisztikai következményeit tárgyaló laikus beszédmódot.

Kulcsszavak: Balaton, botrány, kockázat, kommentelemzés, olvasói kommentek, szakértők és laikusok, társadalmi diskurzus, vízminőség

Társadalmi veszélyek és diskurzusok

Ulrich Beck (2003) a kockázattársadalmat értelmező elmélete szerint a fejlett modern társadalmakat az 1970-es évektől a hiány és a nélkülözés körüli társadalmi konfliktusok helyett egyre inkább a kockázatok elosztásával kapcsolatos konfliktusok szervezik. A kortárs társadalmakban a kockázatok és veszélyek fogalma is megváltozott, a korábbi időszakokkal szemben szerinte ezek egy olyan „új árnyékbirodalom” részei lettek, amely a látható és érzékelhető világ mögött rejtőzik. A mindennapokat egy új kockázattudat jellemzi, amelyet közvetlenül nem felfogható veszélyek és az ezekhez kapcsolódó szorongások alkotnak (Beck 2003: 110–111). Ahogy a civilizációs kockázattudat eloldódott a köznapi észleléstől, nem része a saját tapasztalatnak, egyre inkább a valóságészlelésről folyó viták alakítják, a társadalmi kockázatok „a rájuk vonatkozó (tudományos és tudományellenes) tudásban jönnek létre” (Beck 2003: 31). A kockázattársadalmakban a természettudományos kérdések is a társadalmi, politikai térbe kerültek (Beck 2003: 124), miközben a tudományok észszerűség-monopóliuma megtört: ahogy a kockázatok meghatározása és kezelése a politika tárgya lett, a természettudományos kérdésekhez egyre gyakrabban társultak politikai és etikai kérdések. A nemcsak láthatatlan, hanem egyre összetettebb kockázatok megállapításához és észleléséhez mindig szakértők ítéletére van szükség, a veszélyeztetettségről szóló

1 Az Origo a Balaton vízének szennyeződését tanúsító bizonyítékként egy amatőr vitorlázó 2014 pünkösdjén készült fotóját közölte, amely kép a beküldő személy és a lap értelmezése szerint egy (vitorlás)hajó által kibocsátott „ürülékszőnyeg” ábrázolt. Ezt a médiában nem sokkal később szakértők természetes eredetű jelenségként, az ilyenkor rajzó árvaszúnyoglárva bőréként azonosították. Óriási ürülékszőnyeg lebegett a Balatonon. *Origo*, 2014. VI. 28., <https://www.origo.hu/egeszseg/20140626-orias-urulekszonyeg-lebegett-a-balatonon-calici.html>.

2 Elemzésem egy nagyobb kutatás része volt, amely a Balatoni Fejlesztési Tanács mellett működő Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft. megrendelésére zajlott 2015-ben és 2016-ban „A Balaton-kép az országos és a helyi médiában 2007–2015” címmel. Köszönöm e szervezet munkatársainak, Molnár Gábornak és Oláh Miklósnak, hogy lehetővé tették e tanulmány publikálását.

kijelentéseik azonban sosem lehetnek már tisztán tényállítások, hanem normatív-etikai elemekkel vegyülnek, ahogy a tudományos tudás társadalmi elfogadottsága mögött a kockázattársadalmakban a jó életről alkotott utópiák állnak (Beck 2003: 37–43).

Az 1970-es évektől észlelt ökológiai válsággal, környezeti problémákkal kapcsolatos kutatások is hangsúlyozzák (Szijártó 2010: 52), hogy a kockázatok meghatározása, ellenőrzése és kezelése kapcsán olyan társadalmi konfliktusok jönnek létre, amelyek a társadalmi nyilvánosságban zajlanak, de már nem tisztán tudományosak és racionálisak, hanem erősen szimbolikus formában fejeződnek ki. A kockázatok, veszélyek elfogadható szintje és azok kezelése során felmerülő következmények az ilyen nyilvános vitákban részt vevő felek, különböző diskurzusközösségek kommunikációs küzdelmeinek, alkuinak eredményei. A hasonló konfliktusokkal kapcsolatos kutatások egyik fontos témája a szakértők és a laikusok eltérő kockázattértelemezéseinek bemutatása: például annak, ahogy a szakértők által konstruált és elfogadhatónak vélt kockázatokkal érzelmi, etikai vagy politikai – azaz nem tisztán racionális, sokszor „szociális intelligencián” (Kutrovátz 2010) alapuló – okok miatt szembe helyezkednek a laikusok (Szijártó 2010: 126). Mindez növeli a nyilvánosságban zajló hasonló viták szerepét, amelyekben a tudományos, szakmai kérdéseket szimbolikus különbségek hatják át, például a centrum–periféria, a saját–idegen vagy a helyi és a távoli tudás (Vári & Ferencz 2006) között. A társadalmi diskurzusok terében csak korlátozottan érvényesülő tudományos-kognitív megközelítés számára az utóbbiak viszont mindig irracionálisnak tűnnek.

A 2014-es botrány diszkurzív tere

A diskurzuselemzés módszere különösen alkalmas a nyilvánosságban megjelenő – a környezeti problémákkal, konfliktusokkal kapcsolatos – társadalmi problémák tanulmányozására, hiszen ezekre is jellemző, hogy a médiában való megjelenítésük nem magától értetődő, hanem különféle érdekek és értékek befolyásolják. A diskurzuselemzés módszerének egyik előfeltevése (Glózer 2007), hogy a társadalmi valóságot a nyelv által közvetítettnek tartja, s ezért szövegek, megnyilatkozások vizsgálata, értelmezése során látja megragadhatónak. A diskurzuselemzés során azt vizsgáljuk, hogy egy adott diskurzusban megszólalók a saját nézőpontjukból milyen jellemző érvelési módokkal, fogalmakkal, szimbólumok használatával hozzák létre a megszólalásuk tárgyát, azaz esetünkben a balatonfüredi úszónapot követő járványos megbetegedésekről és a Balaton vízének minőségéről, szennyeződéséről szóló 2014-es diskurzust elemezzük. Kutatásunk célja az volt, hogy a vízminőség-botrányral kapcsolatos diskurzus jellemzőinek feltárása után megállapíthassuk a szereplők politikai, társadalmi, kulturális szándékait, s közben választ kapjunk arra kérdésre, hogy az olvasók a téma megvitatása, értelmezése közben a saját tapasztalataik, a média és a politikai szereplők, a szakértők által felkínált ismeretek és vélemények közül hogyan válogatnak, mennyire azonosulnak vagy helyezkednek szembe azokkal.

A diskurzuselemzés számára hasznos kiindulópontot jelenthet a tartalomelemzés módszere, amely alkalmas a nagy mennyiségű szövegek szerkezetének feltárására (Glózer 2007: 261–262). Ennek érdekében a kutatás első részét a Balaton vízminőségével foglalkozó 73 darab híradás tartalomelemzése jelentette, amely 2014 áprilisának eleje és július vége között jelent meg három helyi és két országos hírportál, valamint három televíziós híradó felületén.³ Ezekben öt további tematikus keret rajzolódott ki, amellyel a *vízminőség* témája (36 cikkben) kapcsolatba került. A Magyar Úszás Napjának balatonfüredi rendezvényén történtek nyomán a járványos *betegség* (16) okának felderítéséről és következményeiről tudósított a sajtó. Az Origo fent említett cikke egy újabb keretbe helyezte a problémát, hiszen a *vitórlázás, hajózás* szerepét (4) vetette fel a tó vízének szennyeződése kapcsán. Ezt megelőzően pedig már megjelentek tudósítások a Balatonon történt tavaszi, nyár eleji *halpusztulásról* (8). A témára irányuló intenzív médiaérdeklődés és a kialakult botrány nyomán vetődött fel az események negatív *idegenforgalmi következményeinek* témája (7), másrészt a *média szerepe* (2) a Balaton turisztikai vonzerejének alakításában. A tartalomelemzés során a cikkekben

3 Ezek: a Sonline, a Veol, a Zaol, az Index, az Origo, valamint az M1, az RTL Klub és a TV2 esti híradói voltak.

megszólaló személyek között azonosítottam a *sportolókat* (9), a *hajósokat/vitorlázókat* (15), a *horgászokat* (4), a *laikusokat* (7 fő, például a strandokon megkérdezett fürdőzők), az *orvosokat és egészségügyi szakembereket* (7), a *hatóságok képviselőit* (29), a *politikusokat* (22), a *turisztikai szektor képviselőit* (11) és az egyéb *szakértőket* (29 megszólaló, akik többnyire a Balatonnal foglalkozó természettudósok voltak).

A 2014-es vízminőség-botrány tematikus elemzésének következő területe a cikkekhez kapcsolódó olvasói kommentárok áttekintése. Ezek vizsgálata lehetővé teszi, hogy a sajtó és az általa megszólaltatott személyek véleménye mellett a híreket aktívan kommentáló olvasók értelmezéseit, jelentéstulajdonítási gyakorlatait is elemezhesük. A négy vizsgált hónap alatt pontosan 2100 kommentárt fűztek az olvasók 26 különböző cikkhez.⁴ Az is feltűnő, hogy az olvasói reakciók közel fele (961 darab) az Origó két cikke kapcsán keletkezett: ezek az „Óriási ürülékcsőnyeg lebegett a Balatonon” és a „Kong az ürességtől a Balaton” című írások. Mindkét cikk az Origó főoldalán megjelent anyag volt, feltűnő, harsány címet kapott, amelynek negatív irányultsága az utóbb említett publikáció esetében nem is fejezi ki pontosan a cikk tartalmát.⁵

A tartalomelemzés alapján négy olyan beszédmodot különítettem el egymástól, amely a téma médiában való megjelenését szervezte. E négy beszédmod az előbb bemutatott sajtóelemzés során feltárt tematikus egységek és megszólalói pozíciók kombinálódásából jön létre. A média által megszólított szakértők, hatósági képviselők és a laikus kommentelők számára egyaránt fontos téma volt a tó vízminősége, szennyeződése. Ahogy az alábbi elemzésben bemutatom, a közös téma ellenére a témára irányuló eltérő nézőpontjaik külön beszédmodokat hoztak létre a szakértők és a laikus olvasók között: ezeket neveztem *vízszennyezés, fertőzés – szakértői és vízszennyezés, fertőzés – laikus beszédmodoknak*. Érdekes, hogy a médiának a 2014-es vízminőség-botrányban játszott szerepe kapcsán a témáról megszólaló politikusok és a véleményt nyilvánító olvasók irányultsága meglehetősen hasonló: ezt *mediapolitikai beszédmodként* azonosítottam. A balatoni idegenforgalom és a turizmus kérdésköre pedig inkább a kommentelők számára volt fontos téma: az ehhez kapcsolódó megnyilvánulásait mint *laikus turisztikai beszédmodot* mutatom be (lásd az 1. táblázatot).

1. táblázat

Megszólalók, témák és létrejövő beszédmodok a Balaton vízminőségéről szóló 2014-es diskurzusban

Témák:		vízminőség, szennyezés, betegség	média szerepe	idegenforgalom
Megszólalók:	szakértők és hatóságok képviselői	vízszennyezés, fertőzés – szakértői beszédmod		
	politikusok		mediapolitikai beszédmod	
	laikus olvasók (kommentek)	vízszennyezés, fertőzés – laikus beszédmod		laikus turisztikai beszédmod

4 Ezek túlnyomó többsége, azaz 2055 olvasói komment az Origó cikkeihez kapcsolódik, s mindössze 39 kommentet írtak a Sonline, ötöt a Veol és egyet a Zaol olvasói. Az Index írásai nem kommentelhetők.

5 A hírportál „Kong az ürességtől a Balaton” című balatoni riportja az újságíró egy nap alatt, a tó körül vonattal megtett útja alapján számol be a riportter által tapasztalt idegenforgalmi állapotokról, éppen az Origó cikke által kiobbantott vízszennyezés-botrány után egy héttel. Írása végén a szerző pozitív következtetése az alábbi volt: „A legfontosabb, hogy akárhol szálltam le a vonatról, mindenütt tiszta vizet láttam. Így nem tudok mást mondani, mint azt: a Balaton vize tiszta, tessék menni úszni, fürdeni, napozni. Van még erre majdnem két hónapunk.” Lantos Gábor: Kong az ürességtől a Balaton. *Origó*, 2014. VI. 4., <http://www.origo.hu/utazas/magyarorszag/20140703-kong-az-uressegtol-a-balaton.html>.

Vízzennyezés, fertőzés – szakértői beszédmód

Ezt a beszédmódot azok a szakértők képviselik, akiket a Balaton vízminőségéről, a balatonfüredi megbetegedésekről és a halpusztulásokról szólaltatott meg a sajtó. Foglalkozásuk szempontjából jellemzően egészségügyi szakemberek, köztük az egészségügyi hatóságok képviselői, természettudósok – azonban a turisztikai szektor néhány képviselőjének egyes megszólalásai is e beszédmódot képviselhetik. A szakértői megnyilatkozások közös jellemzője, hogy nem neveznek meg egyértelmű okokat a balatoni halpusztulások, fertőzés, megbetegedések és az esetleges vízszennyezés kapcsán. Ezt nyilván szakmai szempontok és szabályok igazolják, például a lehetséges okok sokfélesége, a vizsgálatok lefolytatásához szükséges idő. Így a szakértők a sajtónak adott nyilatkozataik során inkább csak bizonyos összefüggések kizárására képesek, vagy éppen ezek összetettségére utalnak, esetleg a vizsgálatok kezdetén érvényesülő információhiányt hangsúlyozzák. Érdekes, hogy az *Origó* még július 10-én, a járványos megbetegedések után két héttel is „Még mindig nem tudják, hogyan került a Balatonba az úszókat megbetegítő vírus” címmel publikált a témáról beszámolót.⁶

A Balaton vízminőségével, a tó körüli fertőzésekkel és a halpusztulással foglalkozó szakértői nyilatkozatok stílusát racionális érvelésmód jellemzi, amely állításai igazolására gyakran mutat be összetett szakmai, vizsgálati folyamatokat, használ szakkifejezéseket. E szakmai beszédmódot nemcsak a stílusa és a fogalomhasználata, hanem azok a megnevezések is idegenné tehetik az átlagos olvasó számára, amelyek a megszólaló szakértők intézményes pozícióit jelölik meg.⁷ Pedig a szakmai megszólalók érvelésének szándéka meglehetősen egyértelmű. Céljuk elsősorban az olvasó, a potenciális balatoni turista megnyugtatása, akinek, ha a témát követi – mondjuk a halpusztulástól a fertőzések terjedésén át a hajók, vitorlások ürülékének kezeléséig –, a legkülönbébb kérdések között kell eligazodnia. S noha a szakértők gyakran nem tudnak a Balaton vízminőségével kapcsolatos összes problémára közvetlen magyarázatot adni, vagy esetleg csak ezek összetettségét hangsúlyozzák, a céljuk mégis a tó hírneve, az iránta való bizalom megerősítése. Nyilatkozataik, megszólalásaik azt fejezték ki, hogy a hatóságok és a szakmai szervezetek ellenőrzik a problémákat okozó folyamatokat, a Balaton vízének minősége körüli anomáliák csak átmenetiek voltak, a turisztikai szektor működését nem befolyásolják.

Azonban éppen az *Origó*nak a Balaton vízminőségével kapcsolatos botrányt kirobbantó, nagy médiavisszhangot keltő „Óriási ürülékiszőnyeg lebegett a Balatonon” című írása illusztrálhatja, hogy e szakértői beszédmód gyakran csak korlátozottan képes érvényesülni az online média terében és az általa használt kifejezőeszközök között. Hiszen a hírportál – a cikke állítása szerint egy vízi jármű által – a Balatonba került „szennysziget” fotója kapcsán a Balatoni Limnológiai Intézet szakértőjét is megszólaltatta, akinek szavai meglehetősen visszhang nélkül maradtak,⁸ szemben az *Origó* által publikált – s egyébként a balatonfüredi megbetegedések előtt, hetekkel korábban készült – olvasói fotóval, amelyet órákon belül újraközölt a magyar média jelentős része.

Laikus beszédmód a vízszennyezésről, fertőzésről

Az olvasói kommentek közel negyede (483) közvetlenül a tó vízének szennyeződésével foglalkozott. Ezek jellemző témája a balatonfüredi megbetegedések okának megvitatása, a fertőzés utáni laikus „nyomozás” volt. Ennek során az olvasók a legkülönbébb előismereteiket mozgósították az esetleg meglévő helyi tapasztalataiktól kezdve

6 Még mindig nem tudják, hogyan került a Balatonba az úszókat megbetegítő vírus. *Origó*, 2014. VI. 10., <http://www.origo.hu/itthon/20140710-meg-mindig-nem-tudjak-mitol-betegedtek-meg-a-balatoni-uszok.html>

7 Így a vízminőségéről, a fertőzésről szóló tudósításokban megemlíthető például a „Veszprém megyei Kormányhivatal Népegészségügyi Szakigazgatási Szerve Kémiai, Toxikológiai és Laboratóriumi Osztálya”, a „Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal”, a „Balatoni Limnológiai Intézet”, a „Közép-dunántúli Környezetvédelmi és Természetvédelmi Felügyelőség” és a „Kenézy Gyula Kórház és Rendelőintézet Infektológiai Intézete”.

8 „A vízbe jutó emberi ürülék plusz-tápanyagterhelést jelent a tó élővilágára, a foszfor pedig kedvez az algásodásnak, azaz közvetve befolyásolja a víz minőségét, élvezeti értékét, ugyanakkor néhány, vízbe ürített vécé tartalma nincs jelentős hatással a Balaton egészének élővilágára.” Óriási ürülékiszőnyeg lebegett a Balatonon. *Origó*, 2014. V. 28., <http://www.origo.hu/egeszseg/20140626-ori-as-urulekszoenyeg-lebegett-a-balatoni-calici.html>.

a naiv „természettudományos” tudásig. A vita során pedig olyan összefüggéseket állítottak fel, amelyeket a személyes történetektől az internetes hivatkozásokig terjedő „bizonyítékokkal” próbáltak igazolni. A fertőzésről kommentelők egy része a Balaton vizét okolta a megbetegedések miatt, gyakran saját benyomásai alapján, más olvasók viszont a fertőzés forrásait is megnevezték, például a Magyar Úszás Napján a résztvevőknek osztott zacskós vizet vagy a Balaton vizével összekeveredett napolajat.

A hasonló találgatások és naiv okfejtések közben több olvasó is kifejezte a helyzet bizonytalanságával való elégedetlenségét: a vízminőségről szóló laikus beszédmódban a szakértőkkel, a hatóságokkal s a téma kapcsán megszólaló politikusokkal szemben egyaránt kritikus vélemények is megjelentek. E beszédmód a Balaton vízminőségének kérdését egy olyan tematikus keretbe helyezte, amely nemcsak a szakértői tudást kérdőjelezi meg, hanem a közigazgatással, a hivatalos intézményekkel és a politikával szembeni bizalmatlanságot is kifejezi. E kritika tárgya lehet olyan tudományos intézmény, mint a Balatoni Limnológiai Intézet vagy a vízügyi hatóságok, a kormányhivatal, esetleg maga a rendőrség.

E téma laikus beszédmódja az intézmények és a politika bírálata mellett társadalomkritikai elemekkel is telítődött. Ennek során gyakran nemcsak egy adott csoport felelősségét vetették fel az olvasók a Balaton szennyezése kapcsán, hanem a problémát az általános közállapotok kifejeződéseként is értelmezték. Több hozzászólás is összekapcsolta a vitorlások balatoni tevékenységét és a feltételezett kihágásaik felett elnéző hatósági magatartást. Ugyanakkor a közállapotok kritikájához olykor egy olyan – sztereotípiákon alapuló, leginkább az „újjgazdagokat” bíráló – moralizáló hangütés társult, amelynek célja a Balatont szennyező társadalmi csoport tevékenységének pellengérré állítása, a velük kapcsolatos negatív példák bemutatása volt. Így kerültek szóba a hatóságokat megvesztegető „újjgazdagok”, a vizeket „nem tisztelő” vitorlázók, a „minden emberi gátlását levetkező” gazdagok, vagy éppen „egy (biztos újjgazdag, bunkó) 12 év körüli kislány”, aki „chipsszel eteti a kacsákat [...] És aztán persze csodálkozunk rajta, hogy a kacska nehezen / nem bírja megemészteni az emberi kaját, és a kieresztett ürülék beteríti a part menti vizet.”⁹

Az előbbieken alapján kirajzolódik, hogy a vízszennyezésről, a fertőzésről szóló laikus beszédmód mögött rejlő stratégia egyrészt az információszerezés olvasók általi igénye. Hiszen a kortárs társadalmak tagjait a természet, a környezet iránti növekvő mértékű reflexió, érzékenység jellemzi (Macnaghten & Urry 1998: 104–133, Beck 2003). S ezzel együtt erről a témáról a médiának köszönhetően egyre nagyobb mértékben és egyre több forrásból találkoznak olyan információkkal, amelyek meghaladják a laikus, hétköznapi tudás kereteit. Eközben az olvasó e különböző információs keretek, tudások közti választásra s azok aktív értelmezésére kényszerül. A Balaton vízminőségének kapcsán az egyik ilyen keretet a tó körüli megbetegedésekről szóló, médiából származó hírek alkották. Ugyanakkor a kommentelők többször is kifejezték a hatóságok, a hivatalos intézmények és a politika működése iránti bizalmatlanságot. E két keret nyilvánvalóan ütközött a Balaton vízminősége körüli társadalmi diskurzusban a média által közvetített pozitív szakértői és politikusi megnyilvánulásokkal.

A médiapolitika beszédmódja

A Balaton vízminőségével foglalkozó 2014-es cikkek és tudósítások között több olyan is volt, amely részben a média válságban betöltött szerepével foglalkozott. Ezek a hasonló témájú 133 darab kommentárral együtt a vízminőség-válság sajtódiskurzusán belül egy médiapolitikai, mediakritikai jellegű beszédmódot alkotnak.

Ennek legfontosabb képviselői a helyi politikusok voltak: a balatoni polgármesterek nyílt levelet fogalmaztak meg a térség országgyűlési képviselőinek, valamint a Magyar Turizmus Zrt-nek, „...kérve, hogy lépjenek fel az elmúlt hetekben a sajtóban megjelent, a turisztikai régióknak komoly károkat okozó, a Balaton vízminőségéről szóló alaptalan hírekkel, híresztelésekkel szemben.”¹⁰

9 Komment: Skubidor 2014-06-29 19:45:40. Óriási ürülékszőnyeg lebegett a Balatonon. *Origo*, 2014. V. 28., <http://www.origo.hu/egeszseg/20140626-orias-urulekszonyeg-lebegett-a-balatonon-calici.html>.

10 A nyílt levél azt is hangsúlyozta: „Óriási károkat okoztak, és még okozhatnak a balatoni vállalkozásoknak, településeknek, így a nemzetgazdaságnak az alaptalan negatív hírek a főszezon elején.” A balatoni polgármesterek fellépést sürgetnek a turizmus érdekében. *Veol*, 2014. V. 26. <https://www.veol.hu/belfold/a-balatoni-polgarmesterek-fellepest-surgetnek-a-turizmus-erdekeben-1630743/>.

A helyi polgármesterek – elsősorban a lokális sajtónak adott nyilatkozataikban – az „ellenőrizetlen, alaptalan hírek” közlésével,¹¹ a Balaton lejárásával vádolták a médiát. A balatonfenyvesi polgármester az RTL Híradójának adott nyilatkozatában a Balaton vízének szennyeződéséről szóló híradások magyarázataként egyenesen úgy vélekedett, hogy léteznek olyan „turisztikai célok, amelyeknek nem érdeke, hogy a Balaton jól működik.”¹² E médiapolitikai beszédmódba – a helyi politika képviselői mellett – más lokális szereplők is bekapcsolódtak. Például a Veszprém megyei helyi hírportál – helyi turisztikai vállalkozókat megszólaltatva – a vízminőség-botrány negatív turisztikai hatásáról tudósított,¹³ és publicisztikát közölt a média felelősségéről és pánikkeltéséről.¹⁴

A média szerepével foglalkozó olvasói kommentek többsége az Origó – vagy általában a média – válságban betöltött szerepét a helyi politikusokhoz hasonlóan látta. A kommentárok jelentős része nemcsak szenzációhajhászással vádolta a sajtót, hanem a kérdést is politikai keretbe helyezte. Ennek eredményeként a cikkek alatt kommentelők jelentős része még a balatoni vízszennyezésről folyó vitát sem tény-, esetleg szakmai, hanem inkább érzelmi vagy politikai hitkérdésként kezelte. Ahogy az egyik megszólaló gúnyosan megjegyezte a hozzászólók között zajló vita során: „Szomorú de az itteni ballib kommentelők egy része úgy nézem ragaszkodik a szaros Balatonhoz.” A kommentek éppen ezért sokszor az Origó politikai elkötelezettségét, érdekelttségét sejtették a negatív hírek közlésében – éppen a kormánnyal szembeni negatív elfogultsága miatt.

E médiapolitikai beszédmód egyik fontos retorikai jellemzője a témához kapcsolódó dolgok, jelenségek szimbolikus különbségekben való megragadása, kezelése. A politikusi megnyilatkozások például gyakran „valótlan” és rossz hírekről beszélnek, amelyekkel szemben nyilván a „valódi”, jó hírek állnak. Szemben azzal, ahogy a szakértői beszédmód bemutatásakor láttuk: a balatoni fertőzésről szóló diskurzust sokáig csak feltételezések, valamint információhiány és találgatások jellemezték a sajtóban. A kommentelők által alkalmazott jellemző retorikai eszköz a sejtetés, a feltételezés, ahogy a médiának olyan nehezen vagy egyáltalán nem bizonyítható szándékokat tulajdonítottak, amelyek ellentétesek a saját meggyőződésükkel, esetleg negatív következményekkel is járnak. Ezt jól kifejezik a politikusok sajtónyilatkozatai és az olvasói kommentek által használt fogalmak a média okozta „károkról”, „hitelrontásról”, „lejáratásról”, aminek bekövetkeztét valójában csak a turisztikai szezon lezárulása után lehetne megállapítani.

A médiapolitikai beszédmód rejtett előfeltevése az volt, hogy a hírmédia funkciója a társadalomban nem egyszerűen az információk és a vélemények továbbítása, cseréje a különböző társadalmi szereplők között, hanem ezzel szemben idegenforgalmi, gazdasági érdekek által erősen meghatározott. Mintegy részese a turizmus gazdasági világának, amely a politikához meglehetősen hasonlóan szerveződik: ellenérdekek szövik át, a szereplők közti verseny, konfliktus jellemzi. Ennek megértése segíthet azonosítani a beszédmód mögött rejlő stratégiákat, szándékokat. A megszólalók célja – a szakértői beszédmóddal hasonlóan – nem egyszerűen csak a tó hírnevének őrzése, hanem az, hogy részt vegyenek abban a küzdelemben, amelynek során különféle veszélyek fenyegetik a turisztikai szektor s így az ország gazdaságának működését, s ezeken keresztül mindennapjaikat – s egyúttal el is hárítsák ezeket. Számukra ez a jó célok és az azokkal ellentétes rossz erők szimbolikus harca, amelyben a média az utóbbiakat képviseli, hasonlóan az olyan turisztikai kockázatokhoz, mint a rossz időjárás, a vízszennyezés, a betegségek, a fertőzések, a szűnyogok, vagyis azok a természeti jelenségek, amelyekről a média gyakran tudósít a Balaton kapcsán.

11 Fónai Imre: Nincs baj a vízminőséggel, a Balatonból ittak a horgászok a tó közepén. *Sonline*, 2014. V. 29., <https://www.sonline.hu/somogy/kozelet/nincs-baj-a-vizminoseggel-a-balatonbol-ittak-a-horgaszok-a-to-kozepen-560458/>.

12 *RTL Híradó*: Vizsgálják a Balatonban úszó szennyeződést. 2014. V. 29.

13 „Bolhából azonnal elefántot csináltak egyesek, mindenki hibás volt, aki él és mozog, dolgozik a tónál, még a hattyúk is pellengérré kerültek, azonnal bűnbakokat neveztek meg a vizsgálat eredményének ismerete nélkül.” Kovács Erika: Csak azért is, Balaton! *Veol*, 2014. V. 27., <https://www.veol.hu/hetvege/csak-azert-is-balaton-1630841/>.

14 Kovács Erika: Balatoni programokat mondanak le a tó tisztaságára hivatkozva. *Veol*, 2014. V. 26., <https://veol.hu/hirek/balatoni-programokat-mondanak-le-a-to-tisztasagara-hivatkozva-1630659>.

Laikus turisztikai beszédmód

A 2100 olvasói komment közül 153 az idegenforgalom témájával foglalkozott, további 88 hozzászólás pedig a Balatont más turisztikai célterületekkel hasonlította össze. Az olvasók az Origó „Kong az ürességtől a Balaton” című, a tó idegenforgalmával foglalkozó riportja kapcsán fogalmazták meg elsősorban a balatoni turizmussal foglalkozó véleményeiket (103). Ezek egy olyan laikus beszédmódot képviselnek, amely már lazábban kötődik a Balaton vízminősége körüli botrányhoz, s ezzel a téma iránti érdeklődés csökkenését, annak általánosabb tematikus keretbe való áthelyeződését mutatja.

A kommentek egyik hangsúlyos témája a Balaton idegenforgalmának működése volt. Itt előszeretettel foglalkoztak a vendéglátóiparral, amelyet többször az általános közállapotok részeként értelmeztek: gyakori retorikai fogás volt a vendéglátás, a turisztikai szektor kulisszái mögé való bepillantás és annak leleplezése, a szolgáltatások ár-érték arányának kritikája. A balatoni idegenforgalom bírálatához pedig más turisztikai célterületek felértékelése társult. Ez éppúgy lehetett a Velencei-tó, mint egy dubai utazás, vagy – mindezekkel véggépp szembeállítva – az otthon, házilagos körülmények között előállított „egzotikum”. A turizmusról szóló laikus kommentárok jelentős része tehát egyáltalán nem a Balaton vízével, de nem is annak idegenforgalmával foglalkozott, hanem különféle turisztikai célterületeken szerzett tapasztalataikat osztották meg egymással az olvasók, miközben nyaralási tanácsokkal szolgáltak.

A laikus turisztikai beszédmódot a vízminőségről szóló olvasói beszédmóddhoz hasonlóan időnként szintén áthatotta egy moralizáló, másféle nyaralási módokat és ezzel együtt azok képviselőit is bíráló hangvétel. E beszédmód e szempontból kapcsolódik mégis erősen a vízminőségről szóló 2014-es diskurzus meghatározó témájához, a vitorlázáshoz. A Balaton vízszennyezésének problémájához egy adott turisztikai tevékenység s a mögötte feltételezett életstílus kritikája is társult. Ez elsősorban a vitorlázásra, a vitorlások tulajdonosaira irányult: például a balatoni vitorlások fedélzetén rejló amorális világot igyekeztek feltárni, amelyhez erős környezetvédelmi kritika is társult. A beszédmódban azonban olyan jóval egyszerűbb megnyilvánulásokat is találhatunk, amelyek közönséges, szinte vulgáris stílust használva, sztereotípiák segítségével azonosították a Balatont a kommentálók által kritizált társadalmi csoporttal.

A laikus turisztikai beszédmód mögötti motívumok, szándékok a turisták egyéni szintjén az utazásaikkal kapcsolatos fogyasztói döntések utólagos igazolása, megerősítése volt, amelyet az említett naiv, hétköznapi „költség-haszon elemzések”, célterületek közti összehasonlítások is jól illusztráltak. Ugyanakkor társadalmi szinten e beszédmódot adott csoportok turisztikai gyakorlatának morális kritikája hatotta át. Ez egy olyan életmódra irányult, amely az átlagos olvasó számára nem érhető el, ezért a környezetszennyezés vádjával is gyakran összekapcsolódó morális kritika egyben eszköz lehetett e csoportok tagjainak leértékelésére, a tőlük való szimbolikus megkülönböztetés kifejezésére.

Összegzés

A kockázattársadalom Ulrich Beck (2003) által kidolgozott elmélete s a környezeti veszélyeket, konfliktusokat vizsgáló kutatások már több évtizede rámutattak a tudományos tudás társadalmi leértékelődésére. A szakértők által képviselt észszerűség a társadalmi kommunikáció nyilvános vitáiban nem racionális, normatív jellegű érvekkel kerül szembe, hanem olyan laikus tudásokkal, amelyeket morális kritika és szimbolikus megkülönböztetések hatnak át. Ennek megfelelően a 2014-es balatonfüredi úszónapon lezajlott járvánnyal és a nyomában kialakult, a tó vízminőségéről szóló diskurzusban is szembehelyeződtek egymással a racionális, szakértői és a hétköznapi, laikus beszédmódok. A cikkek alatti kommentárokból kifejeződő laikus tudások, vélemények a hatóságokkal szembeni kritikájuk miatt nemcsak a vízminőségről szóló szakértői beszédmóddal állíthatók szembe, hanem a politikusok és több olvasó által képviselt médiapolitikai beszédmóddal is, amelynek célja – egyes olvasók értelmezése szerint – gazdasági és politikai érdekeik miatt az őket tájékoztató média bírálata, korlátozása.

Ugyanakkor a diskurzusban megjelenő laikus vélemények mögött egy szélesebb törekvést is felfedezhetünk, amely szintén kapcsolatos a természet iránti érzékenységgel. Ez a környezet szennyezésének morális

megítélése, amely esetünkben ráadásul társul a politika és az állami intézmények iránti bizalmatlansággal, valamint egyes társadalmi csoportok és azok vélt visszasságainak bírálataival. Ahhoz hasonlóan, ahogy a médiapolitikai beszédmodot a turisztikai szektor működését fenyegető veszélyek elhárítása motiválta, a laikus beszédmodokban a világ szimbolikus megosztását, a jó és a rossz erők harcát éppen a környezetet szennyező csoportokkal, s ezt a tevékenységüket a hozzászólók szerint gyakran elleplezni próbáló „hivatalosságokkal” szembeni küzdelem, vita jellemzi.

Irodalom

- Beck, Ulrich (2003): *A kockázat-társadalom. Út egy másik modernitásba*. Budapest: Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság & Századvég Kiadó.
- Glózer Rita (2007): Diszkurzív módszerek. In: Kovács Éva (szerk.): *Közösségtanulmány. Módszertani jegyzet*, 260–268. o. Budapest & Pécs: Néprajzi Múzeum & PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
- Kutrovácz Gábor (2010): Hogyan értékelhetünk szakértői véleményeket? In: Kutrovácz Gábor & Láng Benedek & Zemplén Gábor (szerk.): *Határmunkálatok a tudományban*, 148–165. o. Budapest: L'Harmattan.
- Macnaghten, Phil & John Urry (1998): *Contested Natures*. London, Thousand Oaks & New Delhi: SAGE.
- Szijártó Zsolt (2010): *Kockázat, társadalom, átmenet. Az ófalui „atomtemető” körüli konfliktusról*. Pozsony: Kalligram Kiadó.
- Vári Anna & Ferencz Zoltán (2006): Flood Research from a Social Perspective: The Case of the Tisza River in Hungary. In: Ioulia Tchigurinskaia, Khin Ni Ni Thein & Pierre Hubert (eds.): *Frontiers in Flood Research. IAHS Publication*, pp. 155–172. Wallingford, UK: IAHS Press.

Abstract in English

“From this virus puddle...” An analysis of the 2014 scandal about the water quality of Lake Balaton

This paper studies the media scandal about the water quality of Lake Balaton in June 2014. After the Hungarian Swimming Day in Balatonfüred, several participating athletes fell ill, including nationally known swimmers. The Hungarian media began to cover the incident vigorously, with several news reports on the diseases and the water quality of Lake Balaton. The research presented here analyses the debate in the media and the emerging social discourse. It identifies four modes of speech, including: lay and expert discourse on water quality and disease; the media policy discourse of local politicians, tourism actors and commenting readers; and the lay discourse on the tourism implications of the scandal.

Keywords: comment analysis, experts and lay people, Lake Balaton, risk, reader comments, scandal, social discourse, water quality

Bódi Jenő kommunikációkutató, a PTE BTK-n szerzett diplomát szociológiából. Korábban foglalkozott a turizmus kulturális tanulmányozásával, a térbeli mobilitással és a digitális antropológiával. Óraadó oktató a PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén. Email: ijen@commonline.hu