

# Tartalom

## M-demokrácia

- Sükösd Miklós :  
[Mobildemokrácia](#)7-12 [44.14 kB - HTML]
- Sükösd Miklós ,  
Erdős Ildikó :  
[Mobilmarketing. -hírszolgáltatás és -közösségépítés : az sms-tartalomszolgáltatás trendjei](#)13-29 [112.10 kB - HTML]
- Kumin Ferenc :  
[Részvételi televíziózás. Az sms és a televíziós interaktivitás új útjai](#)31-46 [81.97 kB - HTML]
- Csont Szandra ,  
Sengel Ferenc :  
[Sms: a valóságshow-któl a politikai választásokig. Orvelli félelmek és pártközi bizalmatlanság Magyarországon](#)47-54 [44.63 kB - HTML]
- L. László János ,  
Vég Olga :  
[Sms-technológia a közigazgatás és a köz szolgálatában](#)55-71 [82.90 kB - HTML]

## Szemtanú

- [Gyórfy Miklós, Martin József és Wisinger István a rendszerváltás médiájáról. Rádai Eszter interjúi](#)75-91 [83.51 kB - HTML]

## Internet

- Vályi Gábor :  
[Az alulról jövő kulturális globalizáció és az internet. A kelet-közép-európai nu jazz-szintér esete](#)95-114 [157.73 kB - HTML]

## Kisebbség

- Terestyéni Tamás :  
[A sajtó roma vonatkozású tartalmai a 2002-es parlamenti választások kontextusában. Adalékok a hazai sajtó romaképéhez](#)117-136 [99.08 kB - HTML]

## Jog

- Munkácsi Péter :  
[Néhány gondolat a rádió- és televízió-szervezetek szomszédos jogi védelmét érintő nemzetközi szerződéstervezetről](#)139-148 [60.71 kB - HTML]

## Térkép

- Thor Woje :  
[Etikai önszabályozás a norvég sajtóban](#)151-154 [29.77 kB - HTML]
-



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Új média

[Sükösd Miklós:](#)

## Mobildemokrácia

A mobiltelefonok tömeges elterjedésével új, jelentős kommunikációs tér nyílt a hagyományos tömegkommunikáció és az internet mellett. Ez a tér interaktív, hálózati, sok-a-sokhoz típusú kommunikációt tesz lehetővé, s új felhasználási területeket nyit az állampolgár, a politikai, az üzleti, a kormányzati és a civil szervezetek számára. Magyarországon – s Közép-Európa és a világ számos más országában – ráadásul sokkal többen használják a mobiltelefont, mint az internetet. Ebben az értelemben a mobiltelefon demokratikusabb médium, mint az egyelőre elsősorban az elitek számára elérhető internet. A tömeg-sms-küldések gyakorlatának térnyerésével és a vírusjellegű üzenetek terjedésével ráadásul a mobilkommunikációs tér – a kétszereplős magánbeszélgetések és magánüzenetek mellett – immár tömegkommunikációs térré is vált.

A mobiltelefon-használat jelentőségét mutatja, hogy Magyarországon ma a lakosság körülbelül 70 százaléka használ rendszeresen mobiltelefont. Az internethasználók aránya ma még a lakosság 20 százaléka alatt marad: a mobilhasználók tehát három-négyszer annyian vannak. Pontos adatot azért nehéz adni, mert bár 2004 februárjában 8 millió 16 ezer előfizetőt tartottak számon <sup>1</sup>, egyes mobilhasználók (például vállalkozások) dupla, esetleg tripla előfizetéssel rendelkeznek, ám vannak olyan előfizetők is, akik nem használják készüléküket.

Hogyan alkalmazhatják az interaktív kommunikációt lehetővé tévő mobiltelefont és sms-t a politikai és közéleti szereplők? Tömeges elterjedése ellenére a mobilkommunikáció a választásikampány-időszakok kivételével egyelőre az internetnél kevésbé keltette fel a pártok és főleg a kormányzat, illetve a civil szervezetek érdeklődését. Pedig a zsebünkben vagy retikülünkben lapuló eszköz egyre kevésbé csak telefon, és egyre inkább olyan hordozható, a nap nagy részében bekapcsolva magunknál tartott miniszámítógép, amelynek csak az egyik funkciója a telefonálás. Emellett sms-t, képet, e-mailt küldhetünk vele, zenét hallgathatunk, játszhatunk, wapolhatunk vele, ébresztőóráként és számológépként működik stb. A médiakonvergencia és a mobilkommunikáció előretörése valós folyamat, amellyel a közélet valamennyi szereplőjének számolnia kell.

### **A mobil-pártdemokrácia hajnala: a 2002-es választási kampány**

A 2002-es parlamenti választások forró kampányában az MSZP és a Fidesz jeleskedett a politikai tömeg-sms-ek terjesztésében. Ezrével küldték ki mobillistáikra a pártjaikat népszerűsítő, az ellenfelet csúfoló soraikat: kis üzeneteket, csasztuskákat, lejárató rigmusokat, politikai jelszavakat, tüntetésekre mozgósító felhívásokat <sup>2</sup>. Az SZDSZ is felhasználta az interaktivitást: maró humorú, a Fidesz-kormány korrupcióját pellengérré állító képeslapokat küldött e-maillal rendelkező híveinek. Ezeket a [www.szamizdata.hu](http://www.szamizdata.hu) honlapon tette közzemlére, sőt nyilvános választási plakátversenyt hirdetett, amelyre bárki beküldhette a művét. Az MDF egy Dávid Ibolyát népszerűsítő párthonlappal szállt ringbe, de az interaktív felhasználásokban háttérbe szorult.

A pártok fizetett emberei és szimpatizánsai az internetes fórumokat bújták, ahol több felhasználói név mögé rejtőzve, szakmányban írták pártos hozzászólásaikat az aktuális politikai ügyekről. Eközben véleményfórummá váltak még az egyébként nyugodt szakmai levelezőlisták is. Mérnökök, építészek, ökológusok fogtak hirtelen pártpolitikai fejtegetésekbe, elsősorban a választások két fordulója közötti két hosszú hétben. A kötött karakterszám miatt rövid sms-sel szemben az e-mail módot ad a hosszabb vélemények, érvek kifejtésére is. A két évvel ezelőtti kampányban sok efféle vélemény, politikai hitvallás terjedt a neten. Ismerősök küldözgették egymásnak, privát listáikra, főleg a sajtójukkal egyező politikai meggyőződésű barátok, munkatársak, rokonok címeire. Egy a tábor, egy a lista – mármint az sms-lista és az e-mail-lista –, hiszen a politikai kampányüzenetek elsősorban az egymástól elkülönülő jobb- és baloldali térfeleken belül terjedtek.

Árokásás, elidegenedés, ellenségeskedés, gyűlöletkeltés, megosztás – a publicisták így jellemezték a kampány eredményét. A pártok szempontjából azonban feltétlenül eredményesnek bizonyult a heves érzelmekkel operáló választási kommunikáció: ezt bizonyítja a minden addigit meghaladó, 71 százalékos választói részvétel.

A pártok tudatosan tervezett politikai marketingjének 2002-ben vált először szerves részévé az internetes és a

mobilkommunikáció <sup>3</sup>. De a pártközpontok érdekes módon nem mindig tudták kontrollálni a maguk gyártotta üzenetek vírusszerű terjedését. Az interaktív hálózatok önmozgása időnként erősebbnek bizonyult a kampányközpontok logikájánál. Önjáró versfaragók is bedobták a (cyber)közösbe verbunkosszerű elmeszüleményeiket, amelyek szintén elterjedtek. Más aktivisták új változatokat gyártottak a pártok által küldött szlogenekből, amelyekre válaszul aztán ellen-sms-ek és -e-mailek, sőt politikai paródiák készültek. A pohár túlcserült: az interaktív „sok-a-sokhoz” kommunikációs helyzetben a központi adminisztrációk kezdeményezői nemegyszer átalakultak <sup>4</sup>. Egy példa: a Vörösmarty téri Gerbaud cukrászdában a szocialista és a liberális párt kávéházi beszélgetést, médiaeseményt szervezett politikusok és értelmiségiek számára. A dolog azonban kitudódott, és az aktivisták sms-ben és e-mailben terjedő, a támogatókat a helyszínre szólító üzenetei spontán rokonszenvtüntetéssé tették az eseményt.

E sorok írásakor, 2004 májusában az első európai parlamenti választásra (2004. június 13.) mozgósító kampány épphogy megindult. Az elektronikus és mobilalkalmazásoknak eddig csak egyetlen jelét, pontosabban az előkészítést – az adatbázis-építést – látjuk. A Fidesz-MPSZ petíciója többek között a legális adatbázis-építést szolgálja (hiszen az aláíróktól többek között e-mail címet és telefonszámot kérnek). Az SZDSZ-nek a kopogtatócédulákkal együtt, direkt marketinggel terjesztett szórólapja szintén kéri ezeket az adatokat. Az MSZP adatbázisát többek között a 2002-es Medgyessy-level válaszaiból állították össze. A legális adatbázis-építés kulcskérdés, hiszen a kéretlen elektronikus levelek és sms-ek küldését törvény tiltja (és mégiscsak kellemetlen volna, ha éppen a törvényhozásban szereplő pártok gyakorlata szegné meg a törvényt). Az előkészületek és a 2002-es előzmények alapján várható, hogy a kampányban – s innen kezdve minden kiemelkedő választási kampányban – a hagyományos műfajok (a médiaesemények, a televíziós hirdetések, az óriásplakátok, a postai levelek) mellett előbb-utóbb újra megjelennek az interaktív on-line megoldások is.

### **Mobilcivilek**

Van, aki a civil szektorban is felismeri az interaktív hálózatok jelentőségét: elsősorban a rendszeres kampányokat folytató zöldmozgalmak. A Civilek a Zengőért mozgalom helyi aktivistái például mobiltelefonos riadóláncon értesítik egymást, ha láncfűrészcsavargó tévedne a Mecseki Tájvédelmi Körzetbe. Ugyanúgy mozgósítják tagjaikat, mint a pártok tették a 2002-es választási gyűlések előkészítéskor. A Zengőre tervezett NATO-lokátor elleni kampányban részt vevő helyi, országos és nemzetközi környezetvédő szervezetek e-mailben egyeztetnek. A Zengő mellett kiálló, a környezetvédőkkel szolidaritást vállaló 270 ismert értelmiségi aláírásának gyors összegyűjtését is az interaktív eszközök tették lehetségessé <sup>5</sup>. Az interaktív hálózatok civil használata rugalmas, gyors és hatékony kommunikációt tesz lehetővé.

A civil szervezetek és a pártok jól teszik, ha vigyázó szemüket az üzleti megoldásokra vetik. Érdemes például a marketing-tankönyveket olvasgatni: az identitásmarketing, a vírusmarketing, a kontaktmarketing, a gerillamarketing módszerei a politikai és a civil kommunikációban is jól alkalmazhatóak. A társadalmi mozgalmak, a civil szervezetek azonban nem állnak jól e területen. A Nonprofit Információs és Oktatási Központ felmérése szerint egyelőre csak a civil szervezetek szűk elitje tud élni az információs társadalom előnyeivel. A honlapot készítő civil szervezetek aránya például öt százalék alatt marad. (Ezt a számot csak becsülhetjük, mert a civilekről reprezentatív felmérés nem készült, a NIOK-kutatás is elsősorban azokkal foglalkozott, akik már használják a netet).

Amíg a civil társadalomnak – és általában a magyar lakosságnak – csak a kisebbsége internethasználó, felmerül a tömeges sms-ek civil felhasználásának lehetősége. A civilek ma – a NIOK-kutatás szerint – jellemzően személyesen és postai úton kommunikálnak egymással. A postaköltség (a bélyeg, a boríték, a papír és a nyomtatás vagy a fénymásolás ára), plusz a hajtogatásba befektetett munka azonban sokkal nagyobb összegre rúg, mint egy sms ára. Helyi szinten – például a civilek által kezdeményezett népszavazások esetében – hatékony lehet tömeges sms-t küldeni a községben vagy a kisvárosban. A civilek gyűléseire, programjaira is lehet így értesítést, meghívót küldeni. A szöveges üzenetek – az e-mailek és a hagyományos hirdetések mellett – hatékonyan segíthetik a civil szervezeteknek az adó egy százalékaért folytatott kampányát is.

Az innovatív civil kommunikáció érdekes esete Piliscsabán történt 2001-ben. A Piliscsabáért Egyesület kezdeményezésére népszavazást rendeztek (a népszavazás célja a zöldterületek belterületbe vonásának megakadályozása volt). Az egyesület megrendelésére a Matáv-automata a falu valamennyi családját végighívta, hogy beolvassa az egyesület képviselőjének – egy ismert autószerelőnek – magnóra vett üzenetét a népszavazásra való felhívásról és a szavazás megokolásáról. Kérdés, hogy az efféle mobilhangüzenetek elfogadottsága hogyan alakul – az üzleti jellegű telefonos marketinggel kapcsolatban jóval elutasítóbbak vagyunk, mint az sms-en érkező üzleti ajánlatokkal szemben.

A falvakban, kistelepüléseken persze a leghatékonyabb kommunikációs eszköz nemegyszer a jó öreg sarki plakát és a postaládába dobott cetli maradhat, és persze a helyi sajtó – már ha létezik, és nem cenzúrázza a civilekétől eltérő érdekű önkormányzat. A kommunikációs forma a demokratikus céloktól függően változhat – a legfontosabb mindig a felhasználó, az állampolgár és a demokrácia érdeke marad.

### **Mobil(ön)kormányzat**

Az sms-ek az önkormányzati meghallgatásokra, kulturális programokra vagy éppen az adott települést, régiót érintő közlekedési nehézségekre (vonatkimaradás, baleset) is felhívhatják a figyelmet. Vagy miért ne értesíthetné az iskola az évszázó dátumáról, időpontjáról vagy a mozi és a színház a bemutatóiról azokat, akik a listára való feliratkozással kérik ezt?

A mobildemokrácia (m-demokrácia) alkalmazásai azonban ennél is szélesebb körűek lehetnek: közérdekű

bejelentések, véleménykutatások, a hivatalos ügyintézés segítő m-kormányzati megoldások is megjelentek már Magyarországon.

A kormányzati informatikai szolgáltatások fejlesztésében ma az internet élvez prioritást [6](#). Bár a mobilkommunikációnak a kormányzati stratégiában való negligálása vitatható [7](#), az internetes fejlesztés segítheti az m-kormányzati megoldások terjedését is azzal, hogy hozzájárul a közös számítógépes háttér kialakításához. A számítógépes megoldások digitális platformjai és adatbázisai ugyanis kompatibilis rendszerben működtethetők az e- és m-megoldásokat. Érdemes tehát már a mai fejlesztéseknél tekintetbe venni a később megvalósuló m-kormányzati lehetőségeket is.

A mobiltelefonos kormányzati ügyintézés még Európa-szerte kezdeti stádiumban van, de a mobiltelefon elterjedtsége indokoltá teszi az alkalmazási lehetőségek kutatását [8](#). Jó néhány helyi önkormányzatnál kísérleteznek már a mobiltelefonok közérdekű ügyintézésre való felhasználásával. Hajdúszoboszlón 2003 szeptemberében sms-alapú ügyfélkapcsolatot indítottak, máshol a parkolási díjat lehet emelt díjas sms-ben befizetni. Az sms-alkalmazások azonban ennél sokkal több demokratikus lehetőséget kínálnak: felhasználhatóak lakossági visszajelzésekre, a közügyekkel kapcsolatos javaslatokra, sőt véleménykutatásra. A közigazgatás területén többek között a közterület-foglalásra, az okmányirodai időpont- vagy sorszámgénylésre, a közérdekű bejelentések nyilvánosságra hozására, hivatalos ügyintézésnél a kérvények benyújtására és lakossági bejelentésekre használnak sms-megoldásokat. Az m-közigazgatási szolgáltatások bevezetésének ma elsősorban jogi és szervezeti – nem pedig technológiai – akadályai vannak. A kutatók ezért törvényjavaslatokat és olyan mobilalkalmazási csomagokat kívánnak kidolgozni, amelyek kész mintát nyújtanak a mobilügyintézés iránt érdeklődő önkormányzatoknak [9](#).

Hosszabb távon az elektronikus szavazásokat körbeábrázoló jogi és biztonsági megoldások és a szavazókat hitelesen azonosítani képes kommunikációs eszközök kidolgozása után várható az elektronikus demokrácia fontos lépése: az internet felhasználása a választásokon. Ehhez kapcsolódóan vagy ezt követően pedig felmerül a mobilkommunikációs eszközöknek a választásokon és a helyi vagy országos népszavazásokon való alkalmazásának kérdése [10](#).

### **Az eDemokrácia Műhelyről és az összeállításról**

Az alábbiakban négy tanulmány olvasható a mobilkommunikáció demokratikus felhasználási lehetőségeiről. Az elemzéseket az eDemokrácia Műhely munkatársai készítették.

Az eDemokrácia Műhely Egyesületet ([www.edemokracia.hu](http://www.edemokracia.hu)) társadalomkutatók (szociológusok, politológusok, közgazdászok), újságírók és jogászok részvételével alapítottuk 2000-ben, az internet és a mobiltelefon demokratikus használatának kutatására és új alkalmazások segítésére. Abból indultunk ki, hogy az interaktív eszközök tömeges elterjedésével megnyíló kommunikációs lehetőségeket nemcsak az üzleti, hanem a kormányzati és a kifejezetten alulról szerveződő, demokratikus szereplők is hatékonyan alkalmazhatják. Eddigi kutatásainkban többek között a magyarországi önkormányzatok, polgármesterek mobiltelefon-használatát [11](#), a választási sms- és e-mail-kampányokat, valamint az önkormányzatok internetes honlapjait elemeztük. Több szakmai konferenciát rendeztünk, például az on-line adatvédelem (a internetes honlapok látogatóit azonosító sütik) kérdéseiről, és javaslatokat tettünk a Budapest Portál ([www.budapest.hu](http://www.budapest.hu)) működésére.

Az itt következő *M-demokrácia* című összeállításban Sükösd Miklós és Erdős Ildikó az m-üzleti felhasználások áttekintésével arra keresi a választ, mennyiben használhatják az m-marketing és az m-tartalomszolgáltatási megoldásokat a közélet szereplői. Kumin Ferenc a képernyőn megjelenő sms-sel interaktívvá tett tévészés, az állampolgár televíziós véleménynyilvánításának útjait tárja fel a közvetlen demokrácia elméleti keretében. Csont Szandra és Sengel Ferenc a sms-szavazások biztonsági és bizalmi kérdéseit elemzik külföldi választási tapasztalatok és a hazai tévés valóságshow-k sms-szavazási tapasztalatai alapján. A tanulmány annak mérlegelésével zárul, hogy hosszabb távon hogyan alkalmazható a mobilkommunikáció az országgyűlési választásokon és a népszavazásokon. Végül L. László János és Vég Olga a már működő hazai m-közigazgatási példák teljes körének módszeres áttekintése után általánosító tapasztalatokat fogalmaz meg, és ajánlásokat tesz a továbblépéshez, újabb alkalmazások bevezetésére [12](#).

### **Irodalom**

Dányi Endre & Sükösd Miklós (2002) Fekete PR és politikai vírusmarketing: interaktív kommunikációs eszközök a kampányban. In: Sükösd Miklós & Vásárhelyi Mária (szerk.) *Hol a határ? Kampánystratégiák és kampányetika*, 2002. Budapest: Élet és Irodalom.

Dányi, Endre & Sükösd, Miklós (2003) Who is in Control? Viral Politics and Control Crisis in Mobile Election Campaigns In: Kristóf Nyíri (ed.) *Mobile Democracy*. Vienna: Passagen Verlag.

Kiss Balázs (2002) Politikai marketingszemlélet a kampányban. In: Sükösd Miklós & Vásárhelyi Mária (szerk.) *Hol a határ? Kampánystratégiák és kampányetika*, 2002. Budapest: Élet és Irodalom.

L. László János & Sükösd Miklós (2001) Az m-kormányzat (h)őskorszaka. Hogyan használják a mobilt a magyarországi önkormányzatok, és ki fizeti a számlát? In: Nyíri Kristóf (szerk.) *A 21. századi kommunikáció új útjai*. Budapest: MTA Filozófiai Kutatóintézete.

Sajó András (2003) Internet-demokrácia? *Beszélő*, július–augusztus.

## Lábjegyzetek

1

A három mobilszolgáltató közötti előfizetői megoszlásról lásd L. László János és Vég Olga „Sms-technológia a közigazgatás és a köz szolgálatában” című tanulmányát a jelen összeállításban.

2

Lásd Sükösd & Dányi (2002: 273-293) és Dányi & Sükösd (2002: 276-294). Az általunk használt adatbázis a Közép-európai Egyetemhez kapcsolódó Nyílt Társadalom Archívum kampányarchívuma ([www.osa.ceu.hu/kampanyarchiv/](http://www.osa.ceu.hu/kampanyarchiv/)). Itt több ezer kampány-e-mail és több száz kampány-sms olvasható.

3

A választási küzdelemben érvényesülő marketingszemléletről lásd Kiss Balázs: Marketingszemlélet a kampányban. In: Sükösd Miklós-Vásárhelyi Mária: Hol a határ? Kampánystratégiák és kampányetika, 2002. Budapest: Élet és Irodalom, 2002. 17-45. o.

4

Lásd Endre & Sükösd (2003: 285-315).

5

Az aláírásokat és a Zengő-akció hátterét lásd a Védegylet környezetpolitikai szervezet honlapján: [www.vedegylet.hu](http://www.vedegylet.hu).

6

Az elektronikus önkormányzatokra 15 milliárd forintot szán 2006 végéig a kormányzat. A Magyar Információs Társadalom Stratégia alapján 2004-ben 4 milliárd, 2005-ben 5 milliárd, 2006-ban pedig milliárd forint juthat az önkormányzatoknál zajló ügyintézés digitálissá tételére. A tervek szerint 2004 közepére az összes települési önkormányzat rákapcsolódik az internetre, 2005-ben jelentősebb elektronikus önkormányzati szolgáltatások indulnak, 2006-ban pedig az ügyintézési lehetőségek körének bővülése, illetve az elavult eszközpark cseréje következik. Lásd Kiepülnek az elektronikus önkormányzatok <http://www.emenedzser.hu/onkormanyzatok.htm>, 2003. augusztus 18.

7

A mobilkommunikáció hiányáról a kormányzati informatikai stratégiában ld. L. László János és Vég Olga: „Sms-technológia a közigazgatás és a köz szolgálatában” című tanulmányát a jelen összeállításban.

8

M-kormányzati kutatómunka indul a Közgázon. [www.index.hu](http://www.index.hu) 2003. szeptember 16.

9

Tózsza Istvánt, a BKÁE Közigazgatás-szervezési és Urbanisztikai Tanszékének vezetőjét idézi: M-kormányzati kutatómunka indul a Közgázon. [www.index.hu](http://www.index.hu) 2003. szeptember 16.

10

Az internetes népszavazásról lásd Sajó (2003).

11

Lásd L. László & Sükösd (2001: 111-143).

12

Köszönetet mondunk a T-Mobile-nak és Nyíri Kristóf professzornak, az MTA Filozófiai Kutatóintézete igazgatójának támogatásukért.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

## [„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

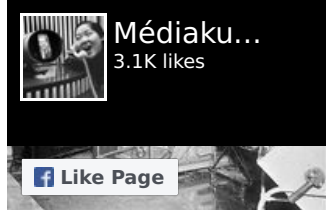
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Új média

[Sükösd Miklós](#) - [Erdős Ildikó](#):

# Mobilmarketing, -hírszolgáltatás és - közösségépítés; az sms-tartalomszolgáltatás trendjei

E tanulmány az sms (*short message service* - rövid szöveges üzenet) marketingkommunikációban betöltött szerepét és lehetőségeit foglalja össze. Először megvizsgáljuk az sms-használat elterjedésének nemzetközi trendjeit. Ez teremti meg az eredményes üzleti felhasználás lehetőségét, hiszen minél többen használnak mobiltelefont, annál több lehetőség mutatkozik az sms üzleti célokra való felhasználására. Ezután a mobilmarketing (m-marketing) fő irányait és módszereit elemezzük. Bemutatunk olyan konkrét, marketingcélú sms-alkalmazásokat, amelyek hatékonyak bizonyultak az üzleti életben külföldön és Magyarországon. Targyaljuk az sms stratégiai kommunikációs eszközként való használatát és az sms-spam veszélyeit. Végül az m-tartalomszolgáltatás trendjeit tekintjük át. Arra a kérdésre keressük a választ, miként használhatják az üzleti m-marketing egyes módszereit az állami és a nonprofit szektor szervezetei [1](#).

Az sms egyfelől használható személyes (akár igencsak bizalmas) közléseknek a feladótól a címzetthez való eljuttatására. Másfelől - kör-sms vagy tömeg-sms formájában - már több a személyes kommunikációnál: ismert vagy ismeretlen feladótól ismert vagy nem ismert közönségnek szól, azaz tömegkommunikációs eszköz. Habár kezdetben sokan nem hitték, ma már nyilvánvaló, hogy sajátos tulajdonságainak köszönhetően az sms óriási lehetőségeket teremt az üzleti kommunikációban. Ezentúl az sms - részben az üzleti alkalmazások mintájára, azokhoz hasonlóan - a társadalmi, a politikai, az (ön)kormányzati kommunikációban is szerepet kap, sőt felhasználható a nonprofit szervezetek kommunikációjában is. A kommunikációs lehetőségek sokfélesége ösztönzi az sms elterjedését azokban az országokban és régiókban is, ahol korábban kevésbé volt népszerű.

A 21. század elején a fejlett országokban a polgárok túlnyomó többségének zsebében vagy retiküljében ott lapul a mobiltelefon. A szöveges üzenetek tömeges küldésének lehetőségével és elterjedt gyakorlatával így új, hatalmas felhasználói hálózat és tömegkommunikációs tér jött létre. Az új kommunikációs tér kihasználása természetes üzleti érdek, s emellett minden közéleti szereplő - állami intézmények, nem kormányzati szereplők, kulturális szervezetek stb. - számára lehetőségeket nyújt.

### Az sms elterjedése: a nemzetközi tapasztalatok

Samuel Morse büszke lehetne. A távíró, a kommunikáció azon formája, amelynek kidolgozásában annak idején úttörő szerepet töltött be, a mai napig tovább él az egyik legmodernebb eszköz formájában: ez a rövid szöveges üzenet, avagy sms. Ahogy a távirat esetén, itt is szigorúan korlátozott az üzenet hossza, amely nem lehet több 160 karakternél. A mobiltelefonon küldhető mindössze 160 karakternyi szöveges üzenet mára széles körű és többszintű sms-kultúrát hívott életre [2](#). A Földön ma már naponta több mint egymilliárd sms-üzenetet küldünk [3](#), s ez a szám folyamatosan növekszik.

Az sms mobilkészülékeken továbbítható, így a kommunikáció célpontja bármikor elérhető, akkor is, ha vezetékes hálózat nélküli térségben tartózkodik. Azt a kényelmet is biztosítja, hogy a fogadás időben eltérhet a küldéstől. Nyomon követhető az üzenet átjutásának folyamata is. Ha már átjut az üzenet, akkor biztosak lehetünk abban, hogy a fogadó kinyitja azt, ugyanis az sms-t nem lehet kinyitás nélkül törölni. Szolgáltatástól és beállításától függően sok telefon jelzi az üzenet megérkezését három rövid, két hosszú és három rövid bippelessel. Morse kódban ez az sms, a legelterjedtebb elnevezés jele a szöveges üzenet érkezésére. Az üzenet küldése és fogadása GSM-rendszerű vagy azzal kompatibilis - WiFi, UMTS (*Universal Mobile Telecommunication System* - egyetemes mobil telekommunikációs rendszer) - hálózatokban lehetséges.

Az sms használata - a korábbi hasonló technológiákhoz, például a távirathoz és a faxhoz képest - gyorsan, szinte futótűzként terjedt el. Mára a mindennapi élet részévé vált Európában és Ázsiában. Idén, 2004 áprilisában a

mobilfelhasználók száma elérte az egymilliárdot. Nemzetközi szinten ez egy főre vonatkoztatva azt jelenti, hogy az átlagos üzenetfogadás és -küldés napi egy, azaz havi 30. A jelenlegi várakozások szerint a mobiltelefon-használók száma 2004 végére eléri az 1,11 milliárdot, és 2009 végére meghaladja a kétmilliárdot. Ez 30,47 százalékos piaci elterjedést jelent globális szinten – ugyanez 2001-ben 15,59 százalékos volt <sup>4</sup>.

Nemzetközi megoszlás szerint a felhasználók száma 2001-ben Ázsiában 329 millió (ebből 44% Kínában), Nyugat-Európában 285 millió, Észak-Amerikában is közel ugyanennyi, Latin-Amerikában 87 millió, míg Kelet-Európában 50 millió, a Közel-Keleten 36 millió, Afrikában pedig 27 millió volt. Azonban az eltérő növekedési ütemek miatt mára ez az arány megváltozott. Amíg Kelet-Európában és Afrikában a növekedés üteme felülmúlja az 50 százalékos (58,4% és 78,7% ), addig a telítettebb piacokon lényegesen lassabb a növekedés: Nyugat-Európában 17,09, Észak-Amerikában 18,05, a Közel-Keleten 33,15, Latin-Amerikában 32,27, Ázsiában pedig 39,05 százalék <sup>5</sup>.

Minden üzenet elküldése átlag 0,10 amerikai dollárba kerül <sup>6</sup>. Néhány olyan ázsiai országban, mint Szingapúr és a Fülöp-szigetek, ahol a választható csomagok sok ingyenes üzenetet tartalmaznak, az előfizetők átlagosan akár havi 200 üzenetet is küldenek és fogadnak a 2003-as mutatók szerint <sup>7</sup>.

Azonban az Amerikai Egyesült Államokban ez a szám alig haladja meg a havi hetet (a Cellular Telecommunications Internet Association adatai alapján). Ám már ez is óriási előrelépés a 2001-ben küldött és fogadott átlagosan havi 0,3 üzenethez képest <sup>8</sup>. Miért maradt ki eddig egy ilyen fejlett ország ebből a magas színvonalú kommunikációs technológiából? Mi az oka annak, hogy Észak-Amerikában, Morse szülőföldjén az sms alkalmazására a közelmúltig alig volt példa?

Röviden: Amerikában olcsó a beszéd. Bővebben: több okot is találhatunk, amiért Amerikában egyelőre elmaradt az sms átütő sikere. Egyrészt a helyi vezetékes hívások Észak-Amerikában szinte ingyenesek. Ahhoz tehát, hogy egyáltalán rávegyék az embereket a mobiltelefon használatára, a mobilszolgáltatóknak nagyon kedvező csomagokat kell ajánlaniuk, sok lebeszélhető idővel. Az ingyenes helyi vezetékes hívások internetelérést is lehetővé tesznek ugyancsak igen alacsony áron, akár órákon keresztül. Az internet elterjedése Amerikában gyorsabb volt, mint Európában. E tényezők miatt maga a mobiltelefon is lassabban terjedt el Amerikában, mint számos nyugat-európai országban. Az amerikai tinédzserek például – éppen az a nemzedék, amelynek körében máshol a legnépszerűbb az sms – az interneten az *instant messaging* rendszer segítségével beszélgetnek, chatelnek, amíg európai és ázsiai társaik sms-eket küldözgetnek egymásnak.

A szöveges üzenetek sikerének elmaradásáért emellett az amerikai telekommunikációs szabályozás is felelős. Igen későn, csak 2002-ben egyeztek meg a piacot uraló szolgáltatók abban, hogy egymás hálózatai között lehetővé teszik az üzenetek küldését – ezt azonban még nem érvényesítették mindenütt <sup>9</sup>.

Hosszú távon várhatóan Amerika is bekapcsolódik az sms-lázba, hiszen nem nézheti tétlenül, ahogy Európában óriási bevételt hoznak a különböző alkalmazások (például az sms-sel interaktívra tett részvételi televíziózás, az sms-szavazások üzleti lehetőségei). Az amerikai állami és civil szervezetek is fokozatosan felismerik, hogy nem nélkülözhetik a szöveges üzenetküldést, ha lépést akarnak tartani a demokratikus kommunikáció európai fejlődésével <sup>10</sup>.

Már mutatkoznak jelek, amelyek szerint Észak-Amerikában is megindul az üzenetküldés népszerűségének növekedése, és a felhasználók kezdenek megbarátkozni az sms-sel. A Yankee Group becslése szerint 32 millió mobiltelefon-előfizető egyben aktív sms-használó is, azonban a vállalati felhasználás egyelőre jelentősen elmarad ettől az értéktől <sup>11</sup>. Az sms-használat élénkülését elősegíti, hogy az amerikaiak a valóságshow-k szavazásánál és a sporteseményeknél erősen ösztönzik az sms-használatot (az emelt díjas szöveges üzeneteken sokkal nagyobb a haszon, mint a hanghívásokban). A cégek arra is kezdenek ráébredni, milyen lehetséges előnyökkel jár, ha egy eddig még hirdetésektől mentes, „szűz” kommunikációs területet hódíthatnak meg. Amerika irigyen figyeli Európát, ahol néhány szolgáltató esetén akár a 20-30 százalékos is eléri az sms-ekből származó bevétel, és a szöveges üzenetek hozzák a legtöbb hasznot a mobiltársaságoknak <sup>12</sup>.

Az Egyesült Államok nem az egyetlen olyan ország, amely távol maradt a szöveges üzenetektől. Van egy ország Európában is, amely – legalábbis ebből a szempontból – lemaradt, és fej-fej mellett halad Amerikával: Franciaország (itt feltehetően a Minitel-szolgáltatás általános elterjedtsége hátráltatta az új technológia térhódítását) <sup>13</sup>. Európa többi részén azonban meglepő iramban nő az sms-üzenetek száma, különösen Finnországban és Angliában, de Magyarország sem sokkal marad el mögöttük.

### **Üzleti lehetőségek az sms alkalmazásában**

Az sms nagy üzlet: a szolgáltatás nyújtása kis költséggel jár, de nagyon drágán, az előállítási ára sokszorosáért adható el. Az sms alkalmazásával nagyon sokféle üzleti lehetőség valósítható meg. Az egyik terület a mobiltelefonon igénybe vehető szolgáltatásoké. Ilyen, már létező megoldás például a lottózás <sup>14</sup>, a tévéshow-k során a szavazás, a véleménynyilvánítás, a sporteredmények és a hírek megrendelése, a játékok, a logók, a csengőhangok letöltése, a mozijegyvásárlás vagy a tömegközlekedéshez a jegyvásárlás. Ezekben az esetekben az egyéni felhasználó fizet – általában emelt díjat – az sms-szolgáltatásért.

A másik nagy terület a tömeg-sms-küldés. Ilyenkor természetesen nem az egyéni felhasználó fizet, ő csak kapja az üzenetet. Ezek általában marketingcélú üzenetek. Esetükben a termékét, a szolgáltatását, a márkáját népszerűsítő cég állja a tömeg-sms-küldés (akár sms-kampány) költségeit. A két változat ugyanakkor összekapcsolódhat: arra is van példa, hogy a fogyasztó fizet a reklámért is. Például egy emelt díjas sms-ben megvalósított kvízzjáték esetén, ahol a játék egyúttal termékeket népszerűsít, a játékos pedig a nyeremény reményében emelt díjért válaszol a



kérdésekre.

Az sms profittartalma kiemelkedően magas az egyéb telekommunikációs szolgáltatásokhoz (például a hangátvitelhez) képest. Már az alapdíjas sms ára (amely 18 forinttól indul [15](#)) is többszöröse a költségnek. A jól kivitelezett, emelt díjas sms-szolgáltatásért pedig a fogyasztók akár az előállítási költség, illetve különleges emelt díjas szolgáltatások esetén akár az alapdíj sokszorosát is hajlandók megfizetni. A valóságshow-k szavazásai szavazatonként általában 200–240 forintba kerülnek, az sms-játékok letöltése 500–800 forint a szolgáltatótól és a díjcsomagtól függően. Érthető tehát, hogy a mobilszolgáltatók folyamatosan keresik a lehetőségeket, hogy tovább növeljék az – egyszerű és emelt díjas – sms-ből származó bevétel arányát. Emellett több vállalkozástípus alakult az sms-szolgáltatás köré, a mobilcégektől a hálózatszolgáltatókon és a tartalomszolgáltatókon keresztül a marketingcégekig.

Az sms-marketing üzleti lehetőségeit bővíti, hogy a vezetékes szolgáltatók is bekapcsolódnak az sms-piacba. A felhasználó oldalán terjednek az sms fogadására is alkalmas vezetékes – otthoni és munkahelyi – készülékek. A vezetékes szolgáltatók pedig hangautomata-szolgáltatást fejlesztenek ki, amely beolvassa a hagyományos telefonkészülékre érkezett szöveges üzeneteket. Hazánkban is látunk erre példát: a Matáv már lehetőséget kínál az sms-küldésre. Igaz, hogy sms-t küldeni csak erre alkalmas készülékkel lehet, fogadni azonban már bármely készülékkel lehetséges oly módon, hogy felhív minket a központ, és egy gépi hang bemondja, milyen számról érkezett az üzenet. Csehországban már utcai telefonokról is lehet sms-t küldeni [16](#). Ez az egyéni felhasználás lehetőségeit bővíti.

Az sms üzleti felhasználását az is megkönnyíti, hogy nemcsak mobiltelefonról lehet rövid szöveges üzenetet küldeni, hanem internetről is. A tömeg-sms küldése is viszonylag egyszerűen megoldható, és nem jár jelentős befektetéssel. Ez egyrészt az erre alkalmas terminálok felállításával lehetséges, ehhez mindössze egy számítógépre és egy szoftverre van szükség, valamint egy megállapodásra valamelyik szolgáltatóval. Ma Magyarországon ez néhány százezer forintból kivitelezhető. Másrészt a mobilszolgáltatók és egyéb cégek is nyújtanak tömeg-sms-szolgáltatást, amelyben akár több ezer sms kiküldését is biztosítják óránként. Meg kell jegyezni, hogy a jogi keretek – például a spam elleni és az adatvédelmi szabályozás – korlátokat jelentenek [17](#).

Külön szolgáltatást képeznek a beérkező sms-ek fogadását és aggregálását biztosító számítógépes alkalmazások. Egyes esetekben (például a valóságshow-k végszavazásánál) rövid időn belül hatalmas mennyiségű, akár milliós nagyságrendű sms fogadására és azonnali feldolgozására, osztályozására és valós idejű kijelzésére van szükség.

A rövid szöveges üzenetek népszerűsége exponenciálisan emelkedik, a piaci elemzők pedig további növekedést jósolnak. Angliában például a mobilszolgáltatók bevételeinek már ma is kevesebb mint a fele származik a hangátvitelből [18](#). A mobilkommunikáció terjedésével ez az arány várhatóan tovább csökken az adatátvitel, ezen belül a szöveges üzenetek és az egyre inkább előretörő képüzenetek javára.

A felhasználókat befolyásoló tényezők között meg kell említeni azt is, hogy a készülékek piacán a folyamatosan bővülő új szolgáltatások és az agresszív marketingstratégiák miatt egyre rövidebb a készülékek erkölcsi elavulásának ideje. Az sms-küldésre alkalmatlan telefonok ezért már szinte teljesen eltűntek a piacról, vagy csak új, niche-szükségletek kielégítésére maradtak fenn, például eldobható, egyszer használatos mobiltelefon formájában.

A piac növekedésével új technológiák is megjelennek, amelyekkel szemben már alapvető követelmény a rendszerek közti átjárhatóság. Jelenleg részben a felhasználó szintjén jelentkező technikai akadályok – a megfelelő készülékek használatának hiánya miatt – az új rendszerek (a 3G, a WiFi) egyelőre nem használhatók ki tömegesen. A rendszerek megújulása és technológiai szolgáltatásaik bővülése azonban arra utal, hogy a mobilpiac tovább növekszik majd. A különböző alkalmazások valódi használhatóságánál meghatározó, hogy a készülékek mekkora hányadán működtethetők.

A fejlődési tendenciák végső soron a mobiltelefon és a számítógép konvergenciáját vetítik előre. A mobilkommunikációs készülékek már ma is kis számítógépek. Az újabb készülékek igazán már nemcsak mobiltelefonok – bár a hétköznapi szóhasználat szerint még annak tartjuk őket. Valójában sokfunkciós mobilkommunikációs berendezésekről van szó, amelyeknél a telefonhasználat csak az egyik alkalmazás a fényképezés, az e-mailezés, a rádió, a kép- és hangtárolás, a játékok és más digitális szolgáltatások mellett.

## **A mobilmarketing fő irányai és módszerei**

A marketingkommunikációban alkalmazott többi kommunikációs eszközhöz hasonlóan a mobilmarketingben felhasznált mobilkommunikáció célja is az, hogy eljuttassa a termékekről, a szolgáltatásokról szóló üzeneteket a megfelelő célcsoporthoz, és elősegítse a vevők és az eladók közötti adásvétel létrejöttét.

Az sms többféle marketingcél – az értékesítés ösztönzése, az ügyfélkör növelése vagy a márkaépítés – megvalósításában játszhat szerepet akár önállóan, akár a marketingmix elemeként. A mobilmarketing (m-marketing) új lehetőségeket hívott életre: az egyes termékektől, szolgáltatásoktól függően fokozatosan új eszközzel egészíti ki, de akár teljesen új megvilágításba is helyezheti a hagyományos reklámstratégiákat, és új támpontot jelenthet a hatékonyságméréshez is.

Az m-reklámozás a hagyományos reklámeszközöktől eltérően lehetőséget teremt az interaktivitás, azaz a kétirányú kommunikáció megvalósítására. E téren az internetes reklámozáshoz hasonló lehetőségeket hoz létre. Az e-mail-reklámokhoz hasonlóan nyomon követhető az üzenet állapota (lehet küldés közben, elküldve vagy megérkezett). További előnye – immáron az e-maillal szemben is –, hogy az sms-ben érkezett üzenet megnyitását akarva sem

tudja megkerülni a fogyasztó, mert még a törléshez is ki kell nyitnia az üzenetet. Mindenképpen elér tehát a fogyasztóhoz az sms-üzenet, és hatékonysága is kimagasló – legalábbis egyelőre. Amíg száz sikeres hagyományos telemarketing hívásból általában öt-hét eredményez eladást, addig ez a mutató az sms esetén elérheti az 50 százalékot is [19](#).

Az sms – a digitális forradalommal megszületett és széles körben használatba vett más kommunikációs megoldásokkal együtt – egyre tökéletesebb pozicionálási lehetőséget ad a hirdető kezébe. A technológia fejlődésével mindinkább megvalósítható, hogy minden potenciális fogyasztó az ízlésének, az érdeklődési körének és az adott időben elfoglalt földrajzi helyzetének (ez utóbbit a mobil-helymeghatározás elterjedése fogja megteremteni) legmegfelelőbb üzeneteket, reklámokat kapja. Ugyanakkor e folyamattal egy időben ellentétes irányú folyamat is zajlik. A fogyasztók egyre több nem kért és nem kívánatos – spam – üzenetet is kapnak.

Az sms lényegénél fogva – vagyis hogy lehetővé teszi a fogyasztók azonnali és biztos elérését, tartózkodási helyüktől függetlenül – új utakat nyitott meg az üzleti marketing területén. Ez egyúttal a teljes hirdetési piac átstrukturálódásának a lehetőségét is előrevetíti. Néhány évvel ezelőtt a cégek jellemzően taktikai elemként használták fel az sms-küldés és -fogadás lehetőségét. Ma azonban egyre inkább stratégiai jelentőséget kap, és a kommunikációs kampány szerves részeként jelenik meg az sms. Az interaktív szöveges üzenetek eredményesen használhatók mind a rövid, mind a hosszú távú célok megvalósításához, az eladás ösztönzéséhez és a márkaépítéshez egyaránt.

Az sms-sel leginkább a fiatal generáció érhető el, mert körükben a legmagasabb az sms-használat. Egy angliai adat szerint a 15–24 évesek 80 százaléka rendelkezik mobiltelefonnal, és a 16–18 évesek 30 százaléka több mint 20 üzenetet küld naponta [20](#). Ez egyértelműen jelzi: a fiataloknak a mobiltelefon és az sms jelenti az egyik fő kommunikációs eszközt.

Az sms nagyon jól célozható eszközt jelent a személyre szabott, interaktív marketing számára. Amennyiben megoldottak az azonosítási és az adatvédelmi kérdések, és a felhasználó hozzájárul, hogy sms-üzeneteket kapjon, továbbá rendelkezésre bocsát önmagáról személyes információkat, akkor mindez lehetővé teszi a személyesen neki szóló üzenetek küldését. A cégek különböző megoldásokat használnak a legális adatbázis kiépítésére: például rendezvényeken, szórakozóhelyeken felveszik a résztvevők adatait, interneten biztosítanak bejelentkezési/feliratkozási lehetőséget, nyereményjátékokat eszelnek ki, és így egyszerre több adatot is elkérhetnek.

### **Spam, avagy a kérértlen üzenetek a marketing szempontjából**

„Bíp bíp bíp! Big Macek akcióban!” – érkezett nemrég a McDonald’s üzenete sms-ben San Diegóban – azoknak is, akik nem kérték [21](#). Vajon ilyenkor mi a teendő – örüljünk és vegyünk Big Macet, vagy inkább hívjuk a spamrendőrséget?

Az e-mail elterjedése során a felhasználók többsége találkozott már a kérértlen levelekkel. Bár jogilag a legtöbb ország tiltja a spamet, ma is sokunknak kérértlen levelek tömege tölti meg a postaládáját. Bár a spam távoltartására szoftveres szűrőket is kifejlesztettek, a probléma korántsem tekinthető megoldottnak. A spam aránya egyre nő az elektronikus levelezésben, és az sms világában is megjelent. A mobilszolgáltatók és más cégek rendszeresen juttatnak el szöveges üzenetben értesítést akcióikról, szolgáltatásaikról, termékeikről. Sokszor a célszemélyek hozzájárulása nélkül bombázzák őket mindenféle szöveges üzenettel. Az állampolgárnak azonban meg kell adni a választási lehetőséget, hogy akar-e kérértlen üzenetet kapni. Harmadik fél esetén – ha nem a mobilszolgáltató küldi az üzenetet – az a kérdés is felmerül, hogy miként jutott a cég vagy szervezet a célzott személyek adatainak birtokába.

A legtöbb országban már jogi szabályozás korlátozza a spamüzenetek sms-ben való küldését: csak azoknak szabad üzenetet küldeni, akik előzetesen hozzájárultak ehhez. Ennek ellenére Európa és Ázsia néhány országában, például Angliában és Japánban, különösen élénk sms-spamelés folyik.

Ha az sms-spamet azonosítják a mobilmarketinggel, az hatalmas károkat okozhat egész iparágaknak, hiszen az m-marketing elveszítheti a hitelét. Ez a legerősebb hajtóerő, ami miatt a rövid szöveges üzenetet küldő marketingcégek, tartalomszolgáltatók (különösen a nagyobbak) a mobilszolgáltatókkal való megállapodás lehetőségét keresik. Hiszen egyik szolgáltató sem szeretné, ha valamelyik ügyfél azzal hívná fel, hogy kérértlen spamüzenetet kapott valamelyik üdítőitalokat gyártó cégtől, mert ez azt jelenthetné, hogy a szolgáltató kiadta a védett adatokat [22](#).

A szolgáltatók igyekeznek különböző megoldásokat alkalmazni a spamelés visszaszorítására. Nagy-Britanniában a Vodafone – egyelőre próbaképpen – bevezetett egy szolgáltatást, amely lehetővé teszi, hogy felhasználói díjmentesen jelentést küldjenek, ha kérértlen üzenetet kapnak. Ezt utána a Vodafone továbbítja a brit Standards of Telephone Information Services felügyelő szervezetnek [23](#).

A Magyarországon m-marketing-szolgáltatást nyújtó ügynökségek jellemzően betartják az etikai szabályokat. Míg a telemarketing útján való megkeresést a célközönség negyede utasítja vissza, az sms- és e-mail-üzenetek elfogadása növekszik [24](#).

Az sms-spamelést korlátozza, hogy amíg nincs anyagi különbség aközött, hogy száz vagy egymillió spam e-mailt küldünk el, addig minden egyes mobiltelefonról küldött sms-nek jelentős költségvonzata van. Ha internetről küldjük az sms-t, akkor is ugyanazok az árak érvényesek, illetve korlátozott számban (általában legfeljebb tíz)

ingyenes sms is küldhető.

## **Sms: új dimenziók az értékesítésösztönzésben valós példák alapján**

Egyre gyakoribb, hogy az üzletláncok vásárlóközönségük számára sms-értesítést küldenek árleszállításaik kezdetéről, akciókról vagy új üzlet nyitásáról. Erre Magyarországon is van már példa (Mexx divatáru, B&J sportüzletlánc). Egyes szórakozóhelyek ugyancsak bevezették, hogy értesítést küldenek aktuális programjaikról (szintén magyar példa a Dokkbistro és a Baarpult gyakorlata) [25](#).

Angliában a Costa Coffee sms-központú kampányt indított (körülbelül 30 ezer font értékben), hogy népszerűsítse új jeges kávéját (*Gelatte ice-blended coffee*). Olyan sms-alapú vouchert küldtek szét, amelyet az sms bemutatásával bármelyik londoni üzletükben be lehetett váltani az említett italra. Mivel az sms továbbküldhető, a kampány – láncreakciót kiváltva – a továbbküldött sms-üzenetekkel megsokszorozta azok számát, akikhez eljutott a vouchert tartalmazó sms, így további forgalmat generált az időközben már nekilendült értékesítésben is [26](#). Ez a kampány erőteljesen előmozdította az értékesítést, emellett a termék bevezetése során jelentősen növelte az ismertséget is [27](#). Az *Amerikai pite 2* című amerikai film nézettségének növelése érdekében a forgalmazó sms-kampányt indított, amelynek célcsoportját a 16-35 év közötti férfiak alkották [28](#).

A Coca-Cola 2003 őszén Magyarországon indított sms-akciót. Mindenki, aki például Coca-Cola Light üdítőt váltott, elküldhette sms-ben a kupak belsejében található azonosítószámot. Erre rögtön válasz-sms-t kapott arról, hogy nyert-e. Ez jó példa arra, hogyan lehet tömeges adatbázist építeni sms útján – a kulcs az önkéntes bejelentkezés és a visszacsatolás.

Ehhez hasonló programot futtatott 2003-ban a Procter&Gamble, amelyben a vonalkódszámokat sms-ben visszaküldő fogyasztók közül minden ötvenedik nyert, a többiek között pedig nyereményeket sorsoltak ki. Az akció négy országban zajlott egyszerre: Magyarországon, Horvátországon, Csehországon és Szlovákiában [29](#).

Magyarországon szokatlanul hosszú, öt hónapig tartó sms-alapú kampány szolgálja egy új sör bevezetését. A Borsodi Bivaly sms-promóciójában (a 2004. április 5-től augusztus 31-ig tartó kampányban) a 2003-ban bevezetett sör hátcímkején található kód beküldésével lehet nyerni. A „Van már saját bivalyod?” promóció mobiltechnológiai hátterét biztosító cég rendszere a beküldött kódokat azonnal automatikusan kiértékeli, és a szoftver megfelelő válasz-sms-t küld vissza. A közel öt hónapos játék időtartama alatt 5000 ajándék talál nyertesre [30](#).

Egy két hónapig tartó mobil interaktív kampány, amelyet a Dunkin Donuts fánkok értékesítésének növelése céljából folytattak 2002-ben Olaszországban, az első három hét alatt kilenc százalékpontos növekedést eredményezett az értékesítésben, a kampány megvalósításában részt vevő cégek szerint. A kampány során a vásárlók kuponokat kaptak a Dunkin Donuts termékeire, ha az értékesítési helyeken kitétt, illetve bemondott reklámokra válaszoltak a mobiltelefonjuk segítségével. Mivel nem az akciót küldték szét sms-ben, hanem a vásárlóknak kellett az sms-t küldeni, így a Dunkin Donuts nem kockáztatta, hogy kéretlenül kapjon valaki nem kívánt üzenetet, és ezzel megóvta jó hírét ügyfelei körében. Ez az akció az értékesítés ösztönzésén túl a márkaépítésben is szerepet játszik [31](#).

Sms küldésével elvileg a különböző napi- és hetilapokra is elő lehet fizetni. Ez a rendszer technikailag kivitelezhető, de még nem alkalmazzák hazánkban, azonban a Ringier kiadó már készül a bevezetésére [32](#). Itt az értékesítésösztönzést a szolgáltatáshoz való hozzáférés megkönnyítése jelenti. Az előfizetés egyszerűsége más területeken is fontos érv lehet a mobiltelefon és az sms alkalmazása mellett.

A fenti példák azt illusztrálják, hogy az sms használható akciók, események népszerűsítésére, rövid távú értékesítési célok megvalósítására. Különösen igaz ez a gyorsan mozgó fogyasztási cikkek (*fast moving consumer goods*, azaz FMCG termékek) esetén. Egy sikeres akció azonban, amelynek elsődleges célja az értékesítés előmozdítása, hosszabb távon közvetve támogatja a márkaépítést, az ügyfélkör kialakítását és az ismertség növelését is.

## **Az sms mint stratégiai kommunikációs eszköz**

Az sms hatásos lehet stratégiai célok elérésében is. Alkalmazhatunk sms-kampányt márkaépítésre vagy a lojalitásprogramok részeként használhatjuk az ügyfélkör megtartására.

Az sms kiválóan alkalmas az ügyfélkör megtartására, bővítésére és építésére, és könnyen integrálható a különböző lojalitásprogramokba, ezáltal hosszabb távú marketingcélokat szolgálhat. Ha az üzenetküldő cég lehetőséget ad az interaktivitásra, akkor a felhasználó még válaszolni is tud az üzenetekre. Így például válasz elküldésével jelezheti – mindössze két gombnyomással – részvételi, esetleg vásárlási szándékát.

A kétirányú kommunikáció lehetőségét kihasználó nyereményakciók során a fogadó válaszolhat az üzenetre. Ezzel jelzi, hogy részt kíván venni az adott kvízjátékban, amelynek során a több sms-fordulóban feltett kérdésekre kell visszaküldenie – sokszor emelt díjas tarifával terhelt – válaszát, és ez feljogosítja arra, hogy részt vegyen egy sorsoláson. Az ilyen jellegű játékok egyfelől bevételt hoznak, másfelől segítik a márkaépítést és növelik a termék népszerűségét, ismertségét, de csak közvetve szolgálnak értékesítési célokat.

Az m-marketing további stratégiai lehetősége, hogy különböző érdeklődésű emberek egyetlen sms küldésével bejelentkezhetnek az ízlésüknek megfelelő zenei klubba vagy egyéb fogyasztói közösségbe, majd sms útján

kaphatnak értesítést a programokról, a témával kapcsolatos hírekről, személyekről vagy éppen a számukra érdekes termékekről. E megoldás előnye, hogy áthidalja a személyiségi jogok és a személyes adatok védelmével kapcsolatos problémákat, hiszen az sms útján történő bejelentkezéssel a küldő beleegyezik abba, hogy attól kezdve üzeneteket kapjon telefonszámára az adott cégtől vagy szervezettől.

Marketingszakemberek véleménye szerint sok fogyasztó vállalja, hogy sms-ben reklámtartalmú üzeneteket fogadjon. Mi több, esetenként még fizetni is hajlandó azért, hogy értesítést kapjon akcióról és különleges eseményekről. „A fogyasztók hálásak a jól célzott üzenetekért” – nyilatkozta Jonathan Linner, az Enpocket m-marketing-szolgáltató cég vezetője. Az említett cég azt állítja magáról, hogy 15 millió reklámtartalmú szöveges üzenetet küld hetente olyan mobilhasználóknak, akik többek közt a Nike vagy a Nestlé ügyfelei [33](#).

A McDonald's feltöltött sms-kártyákat bocsátott ki Martinique-ban, hogy tájékoztassa a focirajongókat a világbajnokság során zajló mérkőzések legfrissebb eredményeiről. A kártya lehetővé tette a felhasználóknak, hogy mindennap ingyenes sms-értesítést kapjanak a játékosokról, a meccsekről, valamint a döntő idején minden egyes gólról. A kártyát a speciálisan erre az időszakra kialakított McDonald's World Cup soccer menü vásárlása esetén lehetett kapni, vagy külön is megvásárolható volt a cég éttermeiben. A neves sporteseményhez kapcsolódó kártya hozzájárult a márkanév további építéséhez és megerősítéséhez [34](#).

Itthon a Kinder Bueno márkaépítő sms-kampánya említhető. Itt sms-ben kellett elküldeni egy szlogent, amelyre válasz-sms érkezett. Ezt a választ kellett a Westendben a Kinder Buenót képviselő promóciós lányoknak bemutatni. Az akció során mindenki legalább egy Kinder Bueno csokit nyert. Ismereteink szerint a kampány során nyert adatbázist a későbbiekben nem használták fel, ami meglepő, ugyanis a jó adatbázis további marketingakciókhoz jelenthet alapot [35](#).

E sorok írásakor is fut Magyarországon a Masterfoods promóciója, hogy az általa forgalmazott csokoládék vásárlására ösztönözze a fogyasztókat. A promóció 2004. március 8-án kezdődött, és 2004. május 16-ig tart. Az akciós csomagolású termékek 2004. január 26-tól kerültek forgalomba a készlet erejéig. A promócióban részt vevő termékek a magyarországi forgalomban kapható, „Csomagolj!” feliratú akciós csokoládék. Az akciós csomagolású csokoládépapírok belső oldalán tízjegyű egyedi kód található. A szervező a nyereményjáték kezdetén a csokoládépapírba nyomtatott tízjegyű kódokat feltölti egy adatbázisba. A játék folyamán beérkező kódok akkor minősülnek érvényesnek, ha megegyeznek az adatbázisban szereplő bármely kóddal. Egy kód csak egyszer vesz részt a játékban, másodszori beküldés esetén a szervező nem tekinti érvényesnek a beküldött kódot.

A résztvevők között hetente nyereményeket sorsolnak ki, valamint a részvétellel kreditpontokat gyűjtenek, amelyeket később különböző ajándéktárgyakra válthatnak be. A nyereményjáték-promóció közvetlen célja a vásárlásösztönzés. Ugyanakkor a népszerűsítés és a fogyasztóknak a honlap látogatására és a honlapon levő egyéb játékokban való részvételre való motiválása már a márkaépítésben és az ügyfélkör kialakításban is szerepet játszik. A nyeremények között nagy értékű utazások, vásárlási utalványok, Vodafone feltöltőkártyák, valamint Vodafone egyenlegfeltöltés szerepelnek [36](#).

### **A helymeghatározáson alapuló marketing lehetőségei**

Ha az sms-küldés egyúttal a tartózkodási hely beazonosíthatóságát is széles körben lehetővé teszi majd – erre már utalnak jelek –, akkor újabb lehetőségek nyílnak meg többek között a fogyasztó hatékonyabb kiszolgálására is. Helymeghatározáson alapuló szolgáltatások léteznek már Magyarországon is, de egyelőre csak a nagy szolgáltatók (Pannon, Westel) használják ezt az információt. Néhány példa a felhasználásra:

- helyhez kötött kedvezményes telefonzónák;
- vészhelyzet-szolgáltatás: a mobilszolgáltató a pozíciókat is elküldi a segélyhívó központba;
- járműkövetési szolgáltatások;
- a pozíciókhoz közel eső éttermek árajánlatának a lekérdezése.

A helymeghatározáson alapuló marketingszolgáltatás további lehetősége a fogyasztók sms-ben való értesítése a tartózkodási helyük közelében található vásárlási lehetőségekről. Nagyáruházak, ruházati boltok, éttermek, bárók és egyéb szolgáltatások hirdethetik magukat ily módon.

Egy másik példa a helymeghatározáson alapuló szolgáltatásra: Angliában mobiltelefon vigyáz az iskolásokra, amióta az Alcatel mobilcég által kifejlesztett őrangyal sms-t küld a szülőknek, ha gyermeke letér szokásos útvonaláról. Az alkalmazás segítségével a szülők minden csellengésről azonnal tudomást szerezhetnek [37](#).

Bár a helymeghatározáson alapuló marketing technológiai lehetőségei egyre inkább megnyílnak [38](#), a szolgáltatás természetesen komoly adatvédelmi problémát is felvet. A spam szokásos tiltása mellett itt a személy tartózkodási helye – mint személyes adat – válhat a jogi szabályozás tárgyává. A helymeghatározáson alapuló marketing térnyerése mindazonáltal a mai m-marketing-stratégiák – sőt általában a marketingtevékenység – jelentős változását vonhatja maga után.

Például a Coca-Cola Észak-Amerika számos vendéglátással foglalkozó kereskedelmi partnerének biztosítja a lokátorszolgáltatást, amely az internet felhasználásával akár az autóban ülve is elkalauzolja a fogyasztókat az éttermekig. A technológia felhasználásának célja, hogy a vendéglátóhelyek és az egyéb kiskereskedelmi üzletek, mint például az élelmiszerboltok, „mobilereskedelmen” keresztül növelhessék élelmiszer- és üdítőital-forgalmukat [39](#). A Go2 Systems Inc. által kifejlesztett amerikai lokátorszolgáltatás drót nélküli eszközök segítségével érhető el, azaz interneteléréssel rendelkező mobiltelefonok, digitális személyi asszisztensek és személyhívók segítségével. A

Go2-felhasználók gyorsan megtalálják az étterem címét, és minden elágazásnál útbaigazítást kapnak. Gyűjthetnek engedményeket és kuponokat, sőt, egyetlen gombnyomással a mobil eszközön előre leadhatják rendelésüket is. A Yankee Group nevű piackutató szervezet szerint a Go2 honlapja a leglátogatottabb azok közül, amelyeket mobil eszközökkel érnek el. Helymeghatározáson alapuló útbaigazító és információs szolgáltatásait a legtöbb nagy észak-amerikai távközlési szolgáltatón keresztül is igénybe lehet venni, így az AT&T, a Sprint, a Verizon, a BellSouth és a Nextel segítségével egyaránt [40](#).

## Mobil-hírszolgáltatás

A naprakész tájékozódás és tájékoztatás alapvető követelmény az információs társadalomban. A nyomtatott sajtó és az elektronikus média mellett az olyan digitális, interaktív technológiák, mint az internet vagy a mobilkommunikáció is meghatározó tömegmédiává váltak.

A piaci hírszolgáltatások között mindenképpen a *niche*-piacok számára készült tartalomszolgáltatásnak jósolhatunk nagy jövőt. Az sms formájában jelenleg elérhető tartalmak jelentős része ma más, áttekinthetőbb és kényelmesebb forrásból is beszerezhető, ahol nincs például terjedelmi korlátozás. Természetesen az sms előnye, hogy mobil módon – helyváltoztatás, mozgás, közlekedés közben vagy a gyorsan változó helyszíneken –, valós időben értesülhetünk a történésekről. Emellett az igazi áttörést a speciális tartalmú, *niche*-piacok számára készült sms-hírszolgáltatásban láthatjuk, azaz az olyan tartalmakban, amelyek más forrásból nem vagy csak nehezen beszerezhetők – tehát a speciális fogyasztói csoportoknak, szubkulturáknak, hobbicsoportoknak szóló hírszolgáltatás tartozik ide. Ilyen lehet például a helyi futballcsapat szurkolótáborának tájékoztatása a csapattal kapcsolatos meccseredményekről, a játékosokról és az egyéb kapcsolódó hírekről.

A Pannon GSM új szolgáltatása, hogy előzetesen kiválasztott tévéműsorok kezdete előtt fél órával figyelmeztető sms-t küld ki az ügyfélnek, így az nem marad le az őt érdeklő műsorról. A mobilcég új szolgáltatása az internetes tévéműsoroldalt üzemeltető Port.hu 54 csatorna műsorát tartalmazó adatbázisán alapul. Attól eltérően azonban nem az előzetes műsorterv, hanem a ténylegesen megvalósuló adásidő alapján küldi ki a felhasználóknak a figyelmeztető üzenetet az adott tévéműsor kezdete előtt fél órával [41](#).

A bankkártyánk állapotáról is kaphatunk „híreket”, információt. Ma már Magyarországon is egyre több bank kínálja mobiltelefonnal rendelkező ügyfelei számára az automatikus sms-küldés lehetőségét az egyes tranzakciók után, ami egyébként kedvezően hat a kártyacsalások visszaszorulására is. A számlainformációk szintén lekérdezhetőek sms-ben, jelenleg például a Westelnek négy bankkal van megállapodása [42](#).

Számos pénzügyi információhoz juthatunk sms-ben egyszerűen és gyorsan a Reuters Magyarország Kft. és a Westel Távközlési Rt. által közösen kifejlesztett szolgáltatás segítségével. Egy rövid sms elküldése után magyar és angol nyelven kaphatunk információt az alábbiakkal kapcsolatban: a magyar és több európai, valamint az amerikai értéktőzsdén jegyzett magyar részvények árfolyamadatai, a tőzsdeindexek, a bankközi betéti kamatlábak, öt ország államkötvényeinek referencia-hozamadatai, a deviza-keresztárfolyamok, a magyar forinttal szembeni bankközi devizaárfolyamok, az MNB deviza-középfolyamok [43](#).

Már az egyetemi, főiskolai felvételi hírek is érkehetnek mobiltelefonra. Az Országos Felsőoktatási Felvételi Iroda 2003-tól a felvételi időszakban öt alkalommal küld rövid szöveges sms-üzeneteket mindazoknak a jelentkezőknek, akik megadják a mobilszámukat – függetlenül attól, hogy melyik szolgáltatóhoz tartoznak [44](#).

Hamarosan útvonalajánló is lekérhető sms-ben. Az egyre több forgalmi dugó elkerülésére internetes és sms-ben is lekérhető útvonalajánló rendszert dolgoz ki a Műszaki Egyetem a fővárosi önkormányzat megbízásából. A majdani szolgáltatást igénybevevők megtudhatják, hogy budapesti célpontjukat az adott időben milyen utakon és milyen hamar érhetik el. A rendszer terve azokra a forgalmi adatokra épül, amelyeket a főváros csomópontjainál elhelyezett több száz érzékelővel mérnek [45](#).

Az m-hírpiac szereplői a szolgáltatói oldalon egyrészt a tartalomszolgáltatók, másrészt a mobilszolgáltatók. Egyfelől számos, a szolgáltatótól függetlenül fellépő tartalomszolgáltató – köztük a hagyományos média és az internetes tartalomszolgáltatás több képviselője is – kilépett már az m-hírpiacra. Több népszerű külföldi újságnak létezik már mobilváltozata (például a *Corriere della Seranaka*), amely PDA (*Personal Digital Assistant*)-eszközökön vagy sms-ben is olvasható [46](#). (Magyar újságpéldát még nem ismerünk.) Az internetes és a mobil-tartalomszolgáltatás összekapcsolódására példa a [www.sportsanywhere.com](http://www.sportsanywhere.com) webhely. Itt az érdeklődők több száz különböző sportággal/sporteseménnyel kapcsolatban rendelhetnek rendszeres híreket mobiltelefonjaikra sms formájában, illetve PDA-eszközre is [47](#).

Másfelől a mobilszolgáltatók általában önálló hírszolgáltatási csomaggal is megjelennek a piacon, amelyet önállóan vagy egy stratégiai partnerrel együttesen valósítanak meg. A Westel saját tartalomszolgáltatást biztosít előfizetőinek és feltöltőkártyás ügyfeleinek, amely lehetővé teszi, hogy a szolgáltatást megrendelők emelt díjas sms útján többféle témakörben kapjanak információt (InfoSMS), többek közt politikai és sport híreket, információt az időjárásról, a közlekedésről és szabadidős témákról. Különböző témájú hírekre lehet előfizetni sms elküldésével vagy telefonon az ügyfélszolgálaton keresztül [48](#). A napi sms-ek száma egytől egészen tízig változhat attól függően, hogy melyik csomagot választjuk.

A lehetőségek a következők:

- a legfontosabb közéleti hírek villámgyorsan (napi három-hét sms),
- belföldi hírek profi hírfogyasztóknak (napi három-tíz sms),

- híradók és rádiókrónikák előtt összefoglalják a nap legfontosabb híreit (napi kettő, délben és este egy-egy sms),
- wapos linkek, újdonságok, wapos hírek, tippek (ingyenes, csak a regisztrációs sms díját kell megfizetni, napi egy-két sms),
- a BUX-kosár legfontosabb változásai, rendkívüli árfolyammozgások (napi három sms: a tőzsde nyitásakor, 13 órakor, zárás után és rendkívüli esemény esetén),
- tudományos felfedezések, szenzációk, érdekességek (napi egy-két sms),
- bűnügyek, balesetek, katasztrófák (napi egy-két sms).

A sporthírek kategóriában is több témából lehet választani: Forma 1-es hírek (napi egy sms, futam végén öt), eredmények, gólok, átigazolások, hírek a labdarúgás világából (napi egy-két sms), hírek a Rally, a Forma 1 és a motorsport világából (napi egy-két sms), az újpesti sportklub hírei (napi egy-két sms), valamint Magyarország legnépszerűbb sportklubjának hírei (napi egy-három sms a Fradiról) [49](#).

A Pannon GSM [50](#) is különböző kategóriák, témák szerint megrendelhető sms-híreket ajánl. Az sms-ben megrendelhető tartalomszolgáltatás naponta három alkalommal tájékoztatja az ügyfeleket a közélet, a gazdaság vagy a sport fejleményeiről, legfontosabb eseményeiről. Ha rendkívüli esemény történik, ezen kívül is érkezik sms. Az előfizetéshez a megfelelő témakör kódját kell szöveges üzenetben elküldeni a megadott számra. Az egyhetes megrendelés díja bruttó 150 forint, egy hónapra bejelentkezve pedig 400 forintért érkeznek a hírek [51](#).

A Vodafone nem kínál hasonló szolgáltatást, az ügyfelek mobiltelefonról wapon nézhetik meg a híreket. Általában elmondható, hogy a Vodafone [52](#) csak az emelt díjas sms-szolgáltatások elérhetőségét (sms-forgalom) biztosítja, de a tartalmat nem – azokat tartalomszolgáltató cégek nyújtják szerződéses alapon, és általában nem kizárólag ennek a szolgáltatónak.

### **Az sms-marketing és -hírszolgáltatás jövője**

Ki gondolta volna, hogy amikor már bárhonna tudunk telefonálni, a hagyományos távirathoz hasonlóan betűket fogunk pötyögni egy kis masina billentyűin?

Az sms a mobiltelefonok legnagyobb sikerágazata, és a jövője még jelenénél is ragyogóbb – derül ki a Frost&Sullivan marketing-tanácsadó cég felméréséből. 2002-ben Angliában a szolgáltatók bevételeük mintegy tíz százalékát nyerték a szöveges üzenetek továbbküldéséből. Ez lehet, hogy nem tűnik soknak, de jóval fölötte van az előzetes várakozásoknak. A piaci várakozások szerint az elkövetkező négy évben ismét megduplázódhat a forgalom. Ez 2006-ra évi 365 milliárd, azaz napi egymilliárd sms-t jelentene csak Nyugat-Európán belül! [53](#)

Az sms felhasználása a marketingben várhatóan növekedni fog. Egyrészt a már kipróbált alkalmazásokat széles körben fogják használni, másrészt bővülni fog az alkalmazások köre, a felhasználás területe. Az integrált marketing a különböző funkciók (ügyfélmenedzsment, promóció, termékmenedzsment, marketingkutató) együttműködését, illetve a különböző részlegek (a marketing és a többi szervezeti egység) magas szintű koordinációját jelenti. A marketingmegoldások terén a fejlődést előmozdító fő tényező a vevők igényeinek, szükségleteinek megértése (függetlenül attól, hogy azok már konkrétan is megjelentek, vagy még csak látens formában léteznek). Az integrált marketingen keresztül pontosabbá válhat a cégi piac meghatározása, a vevői szükségletek feltárása, illetve a még meg nem fogalmazott igények kielégítése.

Az előrejelzések szerint jó néhány évig pötyöggük még az sms-eket. Akkor is csak lassan szorulnak háttérbe, mert mellettük fotókat és videókat fogunk küldözgetni – az új készülékekkel már most is használható – multimédiás üzenetküldés segítségével. A mobil-szövegesüzenet azonban ettől nem tűnik el, mint ahogy az e-mail sem tűnt el a képek és a mozgófilmek internetes továbbítása mellett. A mobiltelefon területén a technológiai fejlesztők és szabványalkotók munkája nyomán indult útjára az mms (*multimedia messaging solution*). E tanulmányban az m-marketing fogalma alatt általában az sms-marketinget tárgyaltuk. A képek küldésére is alkalmas mobilkommunikációs eszközök elterjedése nyomán ennek megfelelően várható az mms-marketing, a képek küldését felhasználó mobilmarketing térhódítása.

Az egyik legdinamikusabban fejlődő m-szolgáltatás az sms-ekben adott tartalomszolgáltatás lehet. Előrejelzések szerint 2006-ra minden száz sms-ből hetet a hírügynökségek és -portálok küldenek majd [54](#). Emellett, ahogy manapság egyre több napilapnak és egyéb újságnak van on-line elérhető weblapja, úgy várhatóan lesz megrendelhető napi hírküldő szolgáltatása is. A mobilos tartalomszolgáltatók a builtársaságokkal való jövedelemegosztásban reménykedhetnek – elvgre az üzlettel mindkét fél jól jár.

A kreatív marketinget – ezen belül a mobilmarketinget – alkalmazó szervezetek megjelenhetnek olyan új megoldásokkal, amelyekkel nem pusztán kiszolgálják a piacot, hanem piacot teremtenek [55](#). Ez nemcsak piaci szervezetekre, hanem az állami intézményekre és a nonprofit szektor intézményeire is vonatkozik. A mobilkommunikáció, ezen belül az sms tartósan életünk részévé vált.

### **Következtetések: mobil-tartalomszolgáltatási lehetőségek az állami intézmények és a nonprofit szervezetek számára**

A piac mai tendenciáit figyelve egyelőre semmi nem utal a szöveges üzenet eltűnésére, sőt, éppen ellenkezőleg, egyre inkább része életünk civil, politikai és személyes terének egyaránt [56](#). A kommunikáció stratégiai szemlélete ezért azt kívánja, hogy az üzleti szektor mellett a két másik nagy társadalmi terület, a közsféra és a nonprofit szektor szervezetei is tudatosan szőjék mobilkommunikációs hálójukat.

Ennek eszköze lehet az sms-tartalomszolgáltatás alkalmazása az állami és a non-profit szektor számos területén. Itt egyfelől az m-marketing módszereinek átvételére, a másik két szektor sajátosságaihoz való átdolgozására gondolhatunk. Az ügyfélkör-építés, a lojalitásmegerősítés, a márkaépítés a másik két szektor számára is lefordítható, értelmes és hasznos közösségépítési módszerek. Ugyanígy, az sms-ben nyújtott rendszeres vagy alkalmi hír- és információszolgáltatás is számos módon hasznosulhat az állami és a non-profit szektorban.

Nézzünk néhány példát a felhasználás területeire.

Az *önkormányzatok* sms-ben küldhetnek értesítést a helyi rendeletekről, az önkormányzati testületi ülések időpontjáról és napirendjéről, a testület döntéseiről, a képviselők fogadóórairól, a polgármester munkájáról, a hivatal nyitva tartásáról, az ünnepekről, a helyi lap megjelenéséről, a helyi tévé(k) és rádió(k) műsorairól stb. Emellett a testületek sms-ekben a helyi közvéleményt is szondázhatják döntés-előkészítési helyzetekben, és nyilvános sms-számot működtethetnek a közérdekű bejelentések számára. Kérésre helyi iparosok, vállalkozások adatait is kiküldhetik a szolgáltatást keresők számára. A balesetekről, a forgalmi dugókról, a tömegközlekedési fennakadásokról való tájékoztatás újabb alkalmazási lehetőséget jelent [57](#).

Az állami szervezetek, intézmények közül itt a *kulturális intézményeket* emeljük ki. Ahogyan ma egyes profitorientált zenés szórakozóhelyek elindították sms-marketing-szolgáltatásaikat, a kulturális intézmények közönségének rendszeres informálása ugyanúgy hasznos lehet a látogatók számának növelésére és lojalitásának, érdeklődésének megtartására. A (művész)mozik és a színházak műsoraikról, bemutatóikról, a múzeumok megnyitóiokról, kiállításairól, a művelődési házak tanfolyamaikról és egyéb programjaikról küldhetnek rendszeresen szöveges üzenetet. A törzsközönségnek mindehhez akciókat, kedvezményeket is ajánlhatunk, illetve az sms-szolgáltatást törzslátogatói (vagy például a filmklubhoz tartozó) privilégiumként ajánlhatjuk.

Ugyanígy, a nonprofit szervezetek (egyesületek, alapítványok) *közösségépítése* részben követheti a fogyasztói lojalitás megerősítésének üzleti technikáit, a közösségépítés marketingmódszereit. Az sms olcsó és hatékony eszközt adhat a fontos eseményekről szóló hírek, a szervezet profiljába vágó üzenetek továbbításához. Végül a társadalmi mozgalmak – a vírusmarketing logikájának alkalmazásával – az sms-t a rendezvényekre való meghívásra, „riadólánc” megszervezésére, tüntetésekre való mozgósításhoz használhatják a tagság és a szimpatizánsok körében.

## Lábjegyzetek

- 1 Ezúton mondunk köszönetet Erdős Ákosnak, amiért személyes tapasztalataival segítette munkánkat.
- 2 Az sms-kultúra gazdagságát jelzi, hogy az sms-rövidítésekre avagy -nyelvezetre fordító szótárat is megalkották a rövid, frappáns üzenetek szerkesztéséhez: <http://www.transL8it.com>, utolsó látogatás: 2003. november 22.
- 3 Text messaging is popular in Europe and Asia, but not in America. Why? [www.wireless.doc](http://www.wireless.doc), utolsó látogatás: 2003. november 28.
- 4 Global Mobile Forecasts to 2010 – 4th Edition, Baskerville, Informa UK, Essex, UK.
- 5 <http://www.union-network.org/unitelecom.nsf/0/4a08f39fd55d026cc1256bb3002c02b7?> OpenDocument, utolsó látogatás: 2004. április 28.
- 6 The Economist. No text please, we're American. Text messaging is popular in Europe and Asia, but not in America. Why? 2003. IV. 03. – [http://www.economist.com/business/displayStory.cfm?story\\_id=1683713](http://www.economist.com/business/displayStory.cfm?story_id=1683713), utolsó látogatás: 2003. november 28.
- 7 <http://www.text.it/mediacentre/default.asp?intPageId=476>, utolsó látogatás 2004. május 12.
- 8 <http://www.union-network.org/unitelecom.nsf/0/4a08f39fd55d026cc1256bb3002c02b7?> OpenDocument, utolsó látogatás: 2004. április 28.
- 9 <http://www.wired.com/news/wireless/0,1382,44205,00.html>, utolsó látogatás: 2003. november 28.
- 10 Lásd például a „Connecting in a Wireless World: Bridging Global, Cultural, and Economic Divides” című nemzetközi konferencia anyagait (The Constance F. and Arnold C. Pohn Symposium, The University of Michigan, 2003. május 2.). A konferencia teljes egészében a mobilkommunikáció társadalmi és politikai használatával foglalkozott. <http://www.lsa.umich.edu/comm/pohns/index.html>, utolsó látogatás: 2004. március 18.
- 11 U.S. Businesses Slow to Get the SMS Message By Eugene Signorini, 2004. március 29. [http://techupdate.zdnet.com/techupdate/stories/main/US\\_Businesses\\_Slow\\_to\\_Get\\_SMS\\_Message.html?tag=tu.arch.link](http://techupdate.zdnet.com/techupdate/stories/main/US_Businesses_Slow_to_Get_SMS_Message.html?tag=tu.arch.link), utolsó látogatás: 2004. április 30.
- 12 The Economist, No text please, we're American. Text messaging is popular in Europe and Asia, but not in America. Why? 2003. IV. 03. [http://www.economist.com/business/displayStory.cfm?story\\_id=1683713](http://www.economist.com/business/displayStory.cfm?story_id=1683713), utolsó látogatás: 2003. november 28.

13 Text messaging is popular in Europe and Asia, but not in America. Why?

14 Sms-ben lottózni is lehet. A Szerencsejáték Rt. 2003 szeptemberében vezette be szolgáltatását: az összes lottó, a joker, a kenő, valamint a totó és a góltotó sms-en is megjátszható. [www.index.hu](http://www.index.hu), utolsó látogatás: 2003. IX. 21.

15 Az ár elsősorban attól függően változik, hogy előfizető vagy feltöltőkártyás ügyfél veszi igénybe a szolgáltatást. A szolgáltatók mindkét csoporton belül különböző csomagokat kínálnak. A különböző szolgáltatók más-más árakat és csomag-összeállításokat kínálnak. Forrás: Tarifatáblázat - [www.westel.hu](http://www.westel.hu), [www.annon.hu](http://www.annon.hu), [www.vodafone.hu](http://www.vodafone.hu)

16 <http://hirek.prim.hu/cikk/36611>, utolsó látogatás: 2003. december 3.

17 Erről lásd Budai Balázs Benjámín - Sükösd Miklós: M-kormányzat, m-demokrácia. Budapest: Aula, előkészületben.

18 Mobile applications that drive revenue, Business View Report, 2002. október 10. Charles S. Golvin with Charlene Li, Alanna Denton <http://www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/0,1338,15068,00.html>

19 Az Enpocket m-marketing szolgáltató cég kutatása alapján, [http://www.enpocket.com/direct\\_response.php?ss=direct%20response](http://www.enpocket.com/direct_response.php?ss=direct%20response), utolsó látogatás: 2004. április 30.

20 2002 survey by Oftel mobile penetration. [http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2003/fulltext/475a8.2.pdf](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2003/fulltext/475a8.2.pdf), utolsó látogatás: 2004. május 1.

21 The Cell: It's a Selling Machine, Wired News, 2003-09-27 by Randy Dotinga <http://www.wired.com/news/wireless/0,1382,60610,00.html>, utolsó látogatás ideje: 2003. december 1.

22 Griffith David of the mobile-messaging company m-Qube. <http://www.wired.com/news/print/0,1294,60610,00.html>, utolsó látogatás ideje: 2004. április 30.

23 <http://www.wired.com/news/business/0,1367,61226,00.html>, utolsó látogatás ideje: 2003. december 1.

24 Telemarketing már SMS-ben is, Napi Gazdaság, 2003. július 8.

25 A szerzők személyes tapasztalata.

26 A vírusmarketing módszeréről lásd Sükösd Miklós - Dányi Endre: M-politika akcióban. SMS és e-mail a 2002-es magyarországi választási kampányban. In: Nyíri Kristóf (szerk.) Mobilközösség - mobilmegismerés. Budapest: MTA Filozófiai Kutatóintézete, 2002, 273-293. o.

27 Coffee chain pushes brand via SMS, Business gets the message, Mobile Content Platform, 27. szám, 2002-06-12.

28 „American Pie 2” promoted via SMS - <http://www.xiam.com/news/business-gets-the-message/b2c/advertising.shtml>, utolsó látogatás: 2004. május 1.

29 Személyes tapasztalat - E.I.

30 Az sms-kampány lebonyolítását a Mirai Interactive végzi az Interbrew megbízásából. [www.btl.hu](http://www.btl.hu), utolsó látogatás: 2004. május 12.

31 Az adatok a Mobileway mobil-adatátvitel és Adreact m-marketing megoldás szolgáltató cégektől származnak. Donut Sales Up, Thanks To M-Commerce Initiative, 2002. II. 13, <http://www.mbusinessdaily.com>, utolsó látogatás: 2004. május 1.

32 Személyes interjúban nyilatkozta Holovács Ria marketingigazgató, Ringier.

33 <http://www.wired.com/news/business/0,1367,61226,00.html>, utolsó látogatás ideje: 2003. december 1.

34 SMS in the McDonald' s' World cup Soccer menu, press release, Atlas Telecom Mobile. <http://www.atlastelecommobile.com/press/releases/2002-06-11.jsp>, utolsó látogatás: 2004-04-30, és SMS on McDonald's' World Cup soccer menu, Business gets the message, Mobile Content Platform, 27. szám, 2002-06-12. <http://www.xiam.com/news/sms/b2c/fooddrink.shtml>

35 Személyes tapasztalat - E.I.

36 Az akcióban részt vevő termékek: 50 g MARSŽ szeletes csokoládé, 58 g TWIXŽ szeletes csokoládé, 60 g SNICKERSŽ szeletes csokoládé, 57g BOUNTYŽ szeletes csokoládé, 40 g SNICKERS CRUNCHERŽ szeletes csokoládé. [www.csomagolj.hu](http://www.csomagolj.hu), utolsó látogatás 2004. május 1.

37



Mobile Technology Keeps Track of Kids, John Blau, IDG News Service, December 31, 2003.

<http://www.pcworld.com/news/article/0,aid,114077,00.asp>

38

Erről lásd Budai Balázs Benjámin – Sükösd Miklós: M-kormányzat, m-demokrácia. Budapest: Aula, előkészületben.

39

Mobil-útbaigazítás az ételt és italt kereső utazók számára, sajtóközlemény, 2004. IV.

11., [http://www.cocacola.hu/4\\_4\\_11.html](http://www.cocacola.hu/4_4_11.html), utolsó látogatás: 2004. április 30.

40

Mobil-útbaigazítás az ételt és italt kereső utazók számára, sajtóközlemény, 2004. IV. 11.,

[http://www.cocacola.hu/4\\_4\\_11.html](http://www.cocacola.hu/4_4_11.html), utolsó látogatás: 2004. április 30.

41

TV-műsor értesítő SMS-ben a Pannon GSM-től, Mobilforum, <http://www.mobilforum.hu/main/news/news.php?newsid=2508> 2003-11-25

42

Jelenleg négy bank – a CIB, az OTP, a Budapest Bank és az Inter-Európa Bank – Westel-telefonnal rendelkező ügyfelei vehetik igénybe ezt a szolgáltatást. <http://www.westel.hu/domino/szolgáltatások/mobilbank.html>, utolsó látogatás: 2004. április 30.

43

[http://www.westel.hu/elofizetes/szolgáltatások/reuters\\_gsm.html](http://www.westel.hu/elofizetes/szolgáltatások/reuters_gsm.html), utolsó látogatás: 2004. április 30.

44

[www.felvi.hu](http://www.felvi.hu), 2003. V. 13.

45

[www.prim.hu](http://www.prim.hu), 2003. VIII. 27.

46

<http://www.corriere.it/speciali/newscellulari/>.

47

[http://www.telemedia.hu/mobent\\_hu.html](http://www.telemedia.hu/mobent_hu.html), utolsó látogatás: 2004. május 12.

48

Az ár előfizetőknek havi 215 forint listánként, feltöltőkártyás Westel-ügyfeleknek 269 forint listánként. Kivéve a napi horoszkópot és a VIP-szolgáltatást, ezek ára 495 forint/hó előfizetőknek, illetve 619 forint/hó kártyásoknak. Westel tarifátáblázat előfizetőknek:

<http://www.westel900.net/dijcsomagok/alapszolgáltatás.html#egyedi>

49

Westel honlap: <http://www.westel.hu/elofizetes/reszletes/megapress.html>

50

A Pannon GSM honlapja: <http://www.pgsm.hu/szolgáltatások/informacios/edsz.php>, utolsó látogatás: 2004. április 28.

51

Új SMS-hírek a Pannon GSM-nél, <http://www.sg.hu/cikk.php?cid=30319> 2003. december 18, utolsó látogatás: 2004. április 28.

52

Vodafone honlap: [http://www.vodafone.hu/szolgáltatások/vitamax\\_ugyfeleinknek\\_7.html](http://www.vodafone.hu/szolgáltatások/vitamax_ugyfeleinknek_7.html), utolsó látogatás: 2004. április 28.

53

Simon Dávid: SMS-ben a jövő – és a pénz, <http://axel.hu/cikk/axel.hu/18334>, 2002. V. 27, utolsó látogatás: 2004. április 28.

54

Simon Dávid: SMS-ben a jövő – és a pénz, <http://axel.hu/cikk/axel.hu/18334>, 2002. V. 27., utolsó látogatás: 2004. április 28.

55

Galvács László: Kalandozások a marketing tengerén, Az infokommunikációs piacszervezésről, 2003. november 17. 15:14 [http://21st.century.phil-inst.hu/2001\\_marc/brosura\\_hm/ferencz.htm](http://21st.century.phil-inst.hu/2001_marc/brosura_hm/ferencz.htm), utolsó látogatás: 2004. április 30.

57

Az sms önkormányzati és közigazgatási felhasználási lehetőségeiről részletesen ld. L. László János és Vég Olga „Sms-technológia a közigazgatás és a köz szolgálatában” című tanulmányát a jelen összeállításban.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs ffordatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

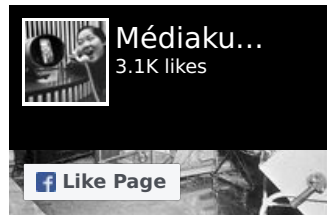
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Új média

[Kumin Ferenc](#):

## Részvételi televíziózás

Az alábbi tanulmány elméleti és gyakorlati szempontból elemzi a televíziózással kapcsolatos friss trendet, a „részvételi tévé” fogalmába sűrítendő jelenségcsoportot. Olyan megoldások tartoznak ebbe a kategóriába, amelyek révén a korábban passzív tévéző általában sms küldésével visszacsatolhat, üzenhet, szavazhat, véleményt nyilváníthat, sőt meg is jelenítheti üzenetét a műsorban a képernyőn. Az interaktív lehetőségek felbontják a televízió klasszikus, egyirányú és hierarchikus kommunikációs struktúráját. A részvételi tévézést e dolgozat a közéleti aktivitás, a politikai részvétel új lehetőségeként vizsgálja, és kitér a területet ma jellemző kereskedelmi, szórakoztató felhasználásokra is. Az elméleti kérdések, a nemzetközi trendek és esetek elemzésén túl ismerteti egy hazai kereskedelmi csatorna, a Magyar ATV részvételi tévés tapasztalatait is.

### 1. Bevezető

A hagyományos elektronikus médiumok – először a rádió, később a televízió – megjelenése alapvetően formálta át a modern társadalmak közsférőjét. Új, sajátos vonásokkal rendelkező kommunikációs csatornák nyíltak meg, amelyek új magatartásformákat kényszerítettek a közélet szereplőire. A politikai beszéd egyidejűsége és egyhelyűsége kibővült, a hagyományos retorikai helyzetek mediatizált, gyakran szerkesztett üzenetek közlésévé alakultak át. A televízió térhódításával megkezdődött a képek uralma, a szavakkal kifejezett tartalom mellett – azt gyakran meg is haladva – kulcsfontosságúvá vált a metakommunikáció, a beszélő megjelenése, tudatos vagy nem tudatos arcjátéka és gesztikulációja.

Az elektronikus média technikai sajátosságai meghatározó módon befolyásolták a rajtuk keresztül folyó kommunikáció minőségét. Az egyirányú, hierarchikus, egy-a-sokhoz struktúra különösen kedvezett a rádiózás hajnalán, a tömegkommunikációval párhuzamosan kibontakozó modern egyeduralmi rezsimeknek, a fasiszta, illetve a kommunista diktatúráknak. Ezek a rendszerek az agitáció és a propaganda egyik legfontosabb eszközeit fedezték fel a rádióban, majd később – ekkor már csak az államszocialista hatalmak esetében – a televízióban.

A szűkösségen alapuló és szigorúan ellenőrzött frekvenciagazdálkodás kizárta az alternatív vélemények megjelenését. A szigorúan egyirányú kommunikációs technikából következően a megszólított közönségnek nem volt lehetősége a válaszadásra, tetszése vagy nemtetszése kinyilvánítására. Bár ezeket a lehetőségeket a totális, majd a tekintélyelvű rendszerek tudták szélsőségesen kihasználni, a tömegkommunikáció a többpárti, polgári demokratikus berendezkedésű országok politikusai számára is hasznos eszközt jelentett politikai céljaik eléréséhez. A vita lehetőségének kizárása, a válaszcsatorna technikai hiánya bármilyen rendszerben kedvezett az olyan tartalmú kommunikációnak, amely megkérdőjelezhető állításai okán nehezen állta volna ki a valódi kritika próbáját.

Az 1990-es években azonban olyan új technikai megoldások terjedtek el, amelyek szükségszerűen maguk után vonták a hagyományos telekommunikációs struktúra átértékelését. A digitális forradalommal megszületett és széles körben használatba vett új kommunikációs megoldások megkezdtek a hagyományos, passzív televíziózás bástyáinak lerombolását. Az internet, majd a mobil-adatkommunikációs eszközök új magatartásformákat és egyben új közönségigényeket teremtettek. A tartalom tétlen befogadása egyre kevésbé elégíti ki az aktivizálódott nézőket.

E tendenciákat figyelve sokan a televíziózás végéről kezdtek spekulálni. A televízió azonban nem haladható meg olyan egyszerűen, mint ahogy a techno-utópisták közül sokan feltételezték. Ma már egyre többen gondolják úgy, hogy a televízió és a televíziózás fogja „lenyelni”, magába integrálni azokat az új lehetőségeket és a velük kialakuló fogyasztói, nézői szokásokat, amelyeket az internet térhódítása teremtett.

Ebben a tanulmányban azonban nem tekintek ilyen messzire, csupán a rendelkezésre álló tapasztalatok, ismeretek alapján vizsgálom a televízió világát érintő alapvető változásokat. Sajátos módon a televízió technikai módosulása nélkül is meghatározó átalakulási folyamat tapasztalható világszerte, amely a televíziózás alapvető kommunikációs jellegzetességét, az egyirányúságot haladja meg, oldja fel, megnyitva az interaktivitás lehetőségét.

Egyszerű, kis sáv szélességet igénylő és kis beleszólási valószínűséget biztosító válaszcatornaként már hosszabb ideje rendelkezésre áll a vezeték nélküli telefon. Szóban kifejtett, verbális üzenetekkel az interaktivitás szükségszerűen csak nagyon szűk keretek között valósulhat meg. Az elengedhetetlen verbális képességek és a kellő kurátori mellett nagy adag szerencsére is szüksége van a betelefonálónak ahhoz, hogy valóban befolyásolni tudja az érintett műsor menetét.

Más típusú, tömegesebb és kevésbé árnyalt telefonos üzenetek feldolgozására alkalmazzák néhány évtizede a számítástechnikai kapacitást használó automata call-centereket. A telefonos üzeneteket itt nem szavakban fejezik ki. A néhány opcióra szűkített vélemények tone üzemmódban a telefon gombjainak használatával fejezhetők ki, a feldolgozást pedig az automata call-centerek végzik.

Ma már számos példa igazolja, hogy a televízió interaktivitásának megteremtésében a mobiltelefonok nagyarányú elterjedése és a GSM-hálózatok legnépszerűbb adatkommunikációs szolgáltatása, az sms hozta a valódi áttörést. A rövid szöveges üzenetek használatának vonzerejét sok elemző próbálta már különböző irányokból megközelíteni. Annyi bizonyosan állítható, hogy a GSM-felhasználók nagy része elsajátította az sms-küldés tudományát, és ma már egy hagyományos telefonhívás természetességével él ezzel a lehetőséggel. Egy sms elküldése gyorsabb és kényelmesebb is, mint a call-center utasításainak követése, a nyak és a váll közé szorított telefonkagyló tartása mellett a nyomógombok bizonytalan nyomogatása.

Az sms tehát sikerre vitte és kiteljesítette a televízió interakciós lehetőségeit. Természetes módon ezzel a lehetőséggel elsőként és elsősorban a szórakoztató műsorok élnek, amelyek legfőbb célja a nézőszám, egyszersmind a bevétel maximálása. Azonban olyan alkalmazásokra is ismerünk példát, amikor az sms-szavazás vagy -üzenőfal a közéleti vita fórumának szerepét tölti be, és – mint ilyen – csírájában a deliberatív elektronikus demokrácia egyik lehetséges funkcióját modellezi. E tanulmány első fejezetében ezeket a lehetséges funkciókat vizsgálom, bemutatva az elektronikus demokrácia olyan minimális megközelítését, amely lehetővé teszi, hogy akár a televíziós sms-szavazások kapcsán is értelmezhetővé váljon ez a fogalom.

Az ezt követő fejezetben nemzetközi kitekintést teszek. Bemutatom a terjedőben lévő „résztvételi televízió” fogalmát és az ezzel kapcsolatos kutatási eredményeket. Olyan, precedensértékű televíziós sms-szavazáson alapuló kezdeményezéseket és sikertörténeteket gyűjtöttem össze, amelyek alkalmasak lehetnek hosszabb távú következtetések levonására. Az áttekintő értékelés után egy hazai esetet alaposabban is elemzek: a *Magyar ATV* élen jár az sms-szavazás és -üzenőfal alkalmazásában, ráadásul az alkalmazási területek túlnyomóan közéleti, és csak kisebb mértékben tisztán szórakoztató jellegűek. Ennek részleteiről és hatásairól a csatorna egyik vezetőjével készítettem mélyinterjút, megkísérelve a műsorkészítői oldal szempontjainak és véleményének feltárását.

A tanulmány központi problémája az, hogy miként értékelhetőek a nézők nagyobb mértékű bevonásának új megoldásai. *Csupán múló divatot jelentenek, amelyet a nézők idővel megunnak, vagy inkább egy folyamat első lépései, amelyeket a közeljövőben még nagyobb arányú bevonás, résztvételi lehetőség és megváltozó politikai kultúra követhet?*

## 2. Az elektronikus demokrácia új útjai

### 2.1. Közösségi cselekvés és közvetlen demokrácia

A demokrácia történeti fejlődésével a politikai filozófiai irodalom remekei számtalan megoldást kínáltak a demokratikus politizálás és döntéshozatal gyakorlati megvalósítására. A központi probléma a legtöbb esetben a részvétel biztosítása, ami módot teremt a különböző egyéni értékek és érdekek becsatornázására és aggregálására a közösségi és a politikai döntéshozatalban. Az ókori görög városállamokban a politikai tevékenységre mint minden cselekvések legnagyobbikére tekintettek, amely a háztartástól teljesen elkülönülő köz színterén zajlott. Nagyjából ez a szociográfiai-politikai keret volt az utolsó történelmünk során, amelyben megvalósítható volt – a maga antidemokratikus korlátaival együtt – a közvetlen demokrácia gyakorlása (Arendt, 1958).

Hannah Arendt legfontosabb politikai-filozófiai munkája, *Az emberi állapot (The Human Condition)* születése idején még nemhogy a call-centerről vagy az sms-ről nem lehetett a szerzőnek ismerete, de még az analóg televíziózás is gyerekcipőben járt. Gondolatai, központi állításai mégis tökéletesen alkalmasak arra, hogy az új, interaktív telekommunikációs médiumokon zajló közéleti aktivitás sajátosságait bemutassuk. Nem szándékozom Arendt munkáját alaposabban ismertetni, csupán azokat a kulcsfontosságú gondolatokat emelem ki, amelyek segíthetnek a közösségi lét és a digitális médiumok kapcsolatának megértésében.

*Az emberi állapot* központi fogalma a „vita activa”, amelyben benne foglalják a különféle tevékenységeknek az emberi élethez szükséges három fő csoportja: a munka, az előállítás és a cselekvés (*labor, work, action*). A munka révén az ember kielégíti természetes szükségleteit, az előállítás keretében viszont új, tartósan használható tárgyak, eszközök előállításával végezhető magasabb szintű tevékenység. Arendt értelmezésében e kettőtől eltérően egyedül a cselekvés az a tevékenységi forma, amely kizárólag más emberek közösségében jöhet létre.

„A cselekvés megkülönböztethető az előállítástól, amennyiben az előbbi nem lehetséges másoktól elzárta; az elzártság megfoszt mindenkit a cselekvés lehetőségétől. A cselekvés és a beszéd megkívánja mások jelenlétét, épp úgy, ahogy az előállítás is megkívánja a természetes anyagok jelenlétét, és azt a világot, amelyben az elkészült termékek elhelyezhetőek. Míg az előállítás tevékenységét folyamatosan körülveszi az anyagi világ, amellyel kapcsolatban áll, addig a cselekvés tevékenységét a jelen lévő és kapcsolatban álló más emberek tetteinek és szavainak hálózata határozza meg” (Arendt, 1958: 188). <sup>1</sup>

Arendt szavai (más emberek tetteinek és szavainak hálózata) pontosan megfelelnek annak a jelenségnek, amelyet

összefoglalóan digitális telekommunikációnak nevezhetünk, és amely napjainkban leginkább az internet formájában ölt testet, de a mobil-adatkommunikáció egyéb eszközei (például az sms és az mms) is egyre nagyobb szerephez jutnak ebben az új kommunikációs térben.

## 2.2. Közvetlen demokrácia technikai közvetítőkkel

A digitális hálózatokban rejlő újdonság az, hogy az Arendt által megfogalmazott feltételekkel szemben a közösségi cselekvés lehetővé válik magányosan, a többi ember fizikai jelenléte nélkül is. Ehhez olyan médiumok fizikai jelenléte szükségeltetik, amelyek a csatorna korlátainak megfelelően megteremthetik a többi ember jelenlétének illúzióját, így a fizikai jelenlét on-line jelenlétté alakul. A technika fejlődésével az on-line jelenlét hűsége egyre fejlődik. Az sms jelenlegi formájában – amely a legtöbb felhasználó számára ma is kizárólagosan mobil-adatkommunikáció – a szöveges üzenetek alakjában testet öltő jelenlét a jellemző. A sávszélesség jelentős növekedésével és multimedialitás kiterjesztésével (GPRS, mms, 3G) az on-line jelenlét sajátosságai egyre inkább megközelítik a fizikai jelenlétét.

Melyek azok a sajátosságok, amelyek a közösségi működés szempontjából egyedivé teszik a digitális adatkommunikációt – összehasonlítva olyan korábbi elektronikus médiumokkal, mint a telefon vagy a témánk szempontjából kulcsfontosságú analóg műsorszórás? Tudományos és publicisztikai viták folyamatosan jelenlévő témája ez a kérdés. Akár az internet, akár a mobiltelefonok megjelenésével és elterjedésével nem csupán új az kommunikációs technikáknak, hanem a társadalmi működésnek is eddig ismeretlen, új területei nyílnak meg.

Sokak értelmezése szerint on-line kommunikációról azóta beszélhetünk, mióta telefon van a világon. Először az lépett be a virtuális térbe, aki elsőként bonyolított le egy telefonbeszélgetést, hiszen fizikailag egy távolban tartózkodó másik emberrel társalgott úgy, mintha az a közvetlen közelében lenne. Bár ez a korai médium képes volt az emberek közötti távolság virtualizálására, az egy-az-eggyel (*one-to-one*) logika elégtelennek tűnik az arendti értelemben vett cselekvésre; valódi közösségi cselekvés a telefon segítségével nem jöhet létre. Az elmélet ugyan nem szól arról, hogy milyen számban kell jelen lenniük a közösség tagjainak ahhoz, hogy a legmagasabb rendű tevékenységi forma megvalósuljon, de annyi bizonyosan állítható, hogy a két személy között zajló elszigetelt kommunikáció nem elegendő bármiféle közösségi döntés legitimálására. A közösségi, politikai cselekvés olyan tettekben és szavakban ölt testet, amelyek többszörös reakciót kívánnak, hiszen ez az egyetlen objektív módja az elhangzó érvek megmérettetésének és az argumentáció racionális továbbhaladásának.

A klasszikus műsorszórás esetében a hallgatóság sokasága adott, de – eltérően a telefontól – a kommunikáció jellemzően egyirányú, az üzenetek a kommunikátortól haladnak a nagy létszámú közönség felé. Ebben a rendszerben a közönség tagjainak nincs lehetőségük arra, hogy interakcióba bocsátkozzanak a kommunikátorral. Így nem valósul meg a reakciók sokasága, amely nélkülözhetetlen az arendti közösségi cselekvéshez. Ennek ellenére távolról sem állítható, hogy az egy-a-sokkal (*one-to-many*) kommunikációs rezsím eljövetele ne változtatott volna a közösségi, politikai élet arculatán.

A politikai beszéd műfaját kitűnően szolgálta a klasszikus műsorszórás – különösen annak figyelembevételével, hogy az technikailag sokkal nagyobb létszámú hallgatóság elérését tette lehetővé, mint a közvetlen, élőszóban elhangzó beszéd, amely technikai közvetítés nélkül is többnyire az egy-a-sokkal logikát követte. A változás egyik legfontosabb szempontja azonban a közönség reakcióinak teljes kiiktatása, hiszen – dacára annak, hogy egy tömegrendezvényen a szónok a fő kommunikátor, és ezzel meghatározható az üzenetek kitüntetett áramlási iránya – a közönség felől válaszreakciók érkezhettek a beszélő felé, és ez bizonyos határok között befolyásolhatta annak szavait, egy sajátos, aszimmetrikus párbeszédet hozva létre. A rádió, majd később meghatározó mértékben a televízió így nagyon kényelmes és jól használható szónoki csatornát jelenthetett a politikusoknak. A közönség esetleges negatív reakciói technikailag elszigeteltek maradtak, a kommunikátor szabadsága megnőtt, a szónoklás művészete pedig sokat veszített korábbi jelentőségéből.

A megfelelő kommunikációs struktúra megléte csupán részben biztosít megfelelő környezetet a közvetlen demokrácia eljárásainak gyakorlatba való átültetéséhez. A gyakran idézett, sok szempontból tévesen ideáltípusnak tételezett ókori görög városállamokban megvalósuló modell reprodukálásához nem elegendő a résztvevők közötti távolságot áthidalni. A résztvevők számosságát tekintve is más nagyságrendek jellemzik a mai közösségeket. A decentralizált, interaktív kommunikációt biztosító infrastruktúrát éppen ezért még megfelelő számláló- és rendezőkapacitással is ki kell egészíteni, hogy a tömegesen érkező üzenetek, szándékok, akaratok sokaságából értelmezhető kimenetek keletkezzenek. A kommunikációs hálózat léte mellett a digitális közösségi cselekvésnek az a képesség is peremfeltétele, hogy a nagyszámú résztvevő tettei és szavai valamilyen módon aggregáltak, a közösség minden tagja számára potenciálisan érthető üzenetké alakuljanak.

## 2.3. Képviseleti demokrácia és a részvétel kérdései

A görög poliszok világa mellett az újkori demokratikus elmélet tanai igyekeznek megoldást kínálni a politikai részvétel problémáira. John Stuart Mill *Considerations of Representative Government* (1991) című munkájában azt tekinti elsődleges célnak, hogy minél nagyobb tömegeket lehessen bevonni a politikai döntéshozatalba, és ezt egyedül a választott képviselet útján tartja megvalósíthatónak. Ez a szemlélet mára a világ azon részén, amely elfogadta a centrumországok által diktált demokratikus rezsímet, gyakorlatilag paradigmává vált. Országoként változó kultúrájuk van ugyan az alkalmi népszavazásoknak, amelyek kapcsán egyes kérdésekben a szavazók közvetlen döntést hozhatnak, a döntések túlnyomó többségét mégis minden demokratikus állam a választott képviselőkön vagy a nem választott adminisztráción keresztül, tehát indirekt módon hozza.

A közvetett és a közvetlen demokrácia elméletét tanulmányozva két elméleti szélsőpont határozható meg. Az egyik a tökéletes vagy abszolút képviseleti demokrácia, amelyben a választók részvétele és döntése kizárólag képviselőik

személyének kiválasztására korlátozódik. Ebben az ideáltípusban az értékek és az érdekek érvényesítése úgy zajlik, hogy a választó tájékozódik a képviselőnek jelölt személyek várható magatartásáról, és felbecsüli, hogy az mennyiben felel meg az általa preferált modellnek. A személy megválasztása után viszont az előre meghatározott kormányzati-parlamentari ciklus lejártáig aláveti magát képviselője döntéseinek, és ha választása hibásnak bizonyult, azt a következő rendes választások alkalmával korigálja. A másik szélsőpont a tökéletes vagy abszolút közvetlen demokrácia, amelyben csak azok a döntések tekinthetők legitímnek, amelyeket a közösség közvetlen módon megerősített, azaz praktikusán valamennyi döntést népszavazással hagy jóvá (Budge, 1996).

A mai modern demokráciák többsége valahol e két szélsőpont között helyezkedik el. A tökéletes képviselői modelltől való eltérést a jelen politika világának legjellemzőbb aktorai, a pártok eredményezik. A kormányzati szerepért versengő pártok ugyanis egységes politikai megoldást kínálnak a zászlajuk alatt induló valamennyi képviselőjelölt nevében. Így a mai választási gyakorlatról a legtöbb esetben elmondható, hogy szavazáskor sokkal inkább a pártprogramokban foglalt konkrét ügyek kapcsán, mintsem a jelölt személyét mérlegelve születik meg a döntés. Ez a gyakorlat elmozdulást jelent a tökéletes képviselői modelltől, hiszen a *de facto* pártokra való szavazással lehetőség kínálkozik a választóknak arra, hogy közvetlen döntést hozzanak olyan ügyekről, amelyeket a versengő pártok programjukba foglaltak.

Ez a gyakorlat azonban meglehetősen erősen korlátozza a közvetlen döntéshozatalt. Ennek egyik fő oka a pártprogramok csomagjellege. A pártokra adott voksokkal a választóknak a különböző programokban megtalálható valamennyi szakpolitikai elemre áldásukat kell adniuk, holott könnyen lehet, hogy számukra – értékeiknek és érdekeiknek megfelelően – az egyik szakpolitikai területen az egyik, míg a másikon egy másik párt kínálja az optimális megoldást. A másik probléma a pártok kapuóri funkciójában érhető tetten: eleve csak olyan ügyek kapcsán kínálnak alternatívát, amelyeket a külvilág felől érkező számtalan igény közül érdemesnek találnak arra, hogy politikai napirendjük részévé tegyék. Számtalan, az egyén számára kardinális probléma rekedhet ki így teljesen a politika világából, ezért a pártra adott voks gyakorlatilag nem teremt módot sok igény kielégítésére.

## 2.4. Új minőség a képviselői demokráciákban

Az interakció lehetősége, a válaszcsatorna megjelenése ezen a területen jelenthet újdonságot a jelenlegi gyakorlathoz képest: a politikai döntéshozatali folyamatban éppen a kapuóri funkció merevségét oldhatja. Erre például az sms-nek az a tulajdonsága teremt lehetőséget, hogy e technológia olyan, eddig nem rendelkezésre álló potenciált képvisel, amelynek köszönhetően gyakorlatilag bármely felhasználó – jelen kontextusban politikai cselekvő – nagyon nagy nyilvánosság számára juttathat el üzeneteket, így az intézményesült kapuórieket megkerülve saját ügyét is a politikai diskurzus tárgyává teheti. Persze mindez megint csak elméleti ideáltípus, hiszen csak a technikai potenciál garantált, az üzenetnek nagyon sok feltételt kell teljesítenie ahhoz, hogy valóban politikai szinten is értelmezhető hatást váltson ki.

Amint arról már korábban is szó esett, az elektronikus demokrácia úgy visz új minőséget a meglévő demokratikus struktúrába, hogy új módszereket kínál az egyéni résztvevők politikai cselekvései, követeléseik vagy szavazataik aggregálására. Rosa Tsagarousianou a következő pontokban foglalja össze számos tanulmányozott elektronikus demokrácia közös sajátosságait:

- a társadalmi szereplők szemében a kezdeményezés és a részvétel ezekben a rendszerekben felfrissíti és új élettel tölti meg a demokratikus politizálást, amely számos oknál fogva elveszítette vonzerejét és dinamizmusát;
- jellemzően helyi vagy regionális szinten jön létre, városi vagy elővárosi közösségekhez kapcsolódva;
- a széles körben elterjedt, hasonló technikai megoldású kommunikációs infrastruktúra szolgál alapjául (Tsagarousianou, 1998).

Az sms szempontjából különösen érdekes lehet az utolsó kritériumot megvizsgálni. Mára elmondható, hogy a fejlett világ GSM-hálózatokat választó lakosságának többsége azonos eséllyel fér hozzá ehhez a kommunikációs infrastruktúrához. Ennek a jelenségnek két alapja van. Egyrészt ma már szinte kizárólag olyan készülékek vannak forgalomban ezeken a területeken, amelyek képesek sms-t küldeni és fogadni. Másrészt a felhasználók jelentős része megtanulta használni ezt a funkciót, az sms-kommunikáció a beszédalapú kommunikációhoz hasonló, alapvető képességgé vált. Ezzel az sms vonatkozásában elmondhatjuk, hogy az elektronikus demokrácia kibontakozásának legfőbb ellenségeként aposztrofált digitális megosztottság jelensége – legalábbis a fejlett világban belül – egyre kisebb mértékben érvényesül. A globális szinten jelentkező digitális megosztottság természetesen továbbra is napirenden van még az sms kapcsán is (Norris, 2001). <sup>2</sup>

E ponton az elektronikus demokrácia minimális megközelítéséből kiindulva célszerű a gondolatainkat továbbépíteni. A megközelítés minimalitása elsősorban abban ölt testet, hogy számos olyan tulajdonságot nem követelünk meg az elektronikusán zajló demokratikus működéstől, amely a „normális” demokratikus működésben meghatározó, így nem kérjük számon a tömeges és arányos részvételt, az intézményesített döntéshozatali mechanizmusokat stb. Ilyen feltételek között egy közösség „elektronikus demokráciája” gyakorlatilag nem is kíván a valóságos térben is létező, személyes kapcsolatot, fizikai rendszert.

Éppen ezért az sms révén interaktívá tett politikai kommunikáció kontextusában használt e-demokrácia-definícióm a következő: *on-line mediatizált, strukturált, érveken alapuló, közösségi ügyekről szóló nyilvános beszéd, amelyben a közösség többsége azonos súlylyal – potenciálisan – részt vehet, illetve a közösség vezetői maguk is a nyilvános beszéd részeseivé válhatnak, és megfontolják annak tartalmát döntéseik meghozatalában.* Ez a megközelítés összhangban áll az elektronikus demokráciáról gondolkodók fősodrának véleményével, amely szerint az interakció technikai lehetőségének megjelenése magasabb szintű, intenzívebb és tartalmasabb konzultációt kínál választók és választott politikai képviselők között, ami optimális esetben mindkét csoport

hasznára válhat (Coleman, 2002).

Végezetül érdemes lehet a politikai kommunikációtól független, választásokon használt alkalmazásoknak is néhány szót szentelni. Ismertek már példák arra, hogy az sms politikai funkciója nem merül ki csupán a vélemények strukturált cseréjében, hanem maga a konkrét döntéshozatal is ezen a médiumon keresztül zajlik egy adott demokratikus választás keretében. 2002 májusában Nagy-Britanniában a liverpooli és a sheffieldi helyi választásokon a szavazóknak lehetőségük volt kísérleti jelleggel sms-ben voksolni. A próba egy olyan sorozat része, amelyben különböző elektronikus médiumok (digitális tévé, internet, call-center) felhasználásával próbálják a szavazókat nagyobb arányú részvételre buzdítani. Az így összegyűjtött tapasztalatokat végül arra szeretnék felhasználni a brit választási szakemberek, hogy évek múltán, várhatóan 2006 után országsszerte lehetővé váljon egy teljesen elektronikus alapon lebonyolított általános parlamenti választás ([www.cellular.co.za](http://www.cellular.co.za)).

Az ilyenfajta ambiciózus elképzelésektől ma még a világ legtöbb demokratikus rezsimjében meglehetősen nagy a távolság, hiszen mind technikai, mind jogalkotási értelemben számos megoldatlan kérdés áll még a döntéshozók előtt. Tanulmányom további részében a jelen lehetőségeit vizsgálom, értékelem. Ezek természetes módon még nagyon távol esnek az ideális vagy az azt közelítő megoldásoktól, amelyek kapcsán egyáltalán érdemes elektronikus vagy mobildemokráciáról beszélni. Mindazonáltal a következőkben tárgyalt esetek meggyőződésem szerint alapját képezhetik egy olyan fejlődési folyamtnak, amely néhány éven belül fontos változásokat eredményezhet a politikai részvétel terén és a képviseleti demokrácia egészének működésében.

### 3. Részvételi tévé: új sikertörténet?

Körültekintve a nagyvilágban vagy akár a magyar médiaterepen, alapvető átalakulások szemtanúi lehetünk a televíziózás világában. Miként változtak a televíziózási szokások az elmúlt időszakban? Milyen technikai, telekommunikációs újdonságok tették lehetővé ezeket a folyamatokat? Mi lehet mindebből a televíziós műsorszolgáltatók számára a tanulság, és mit tud mindehhez a mobil-telekommunikáció a maga technikai eszközeivel hozzátenni? Végül: miképp terjeszthetők ki ezek a lehetőségek a közszolgáltatás, a közösségi cselekvés realitásaiban?

#### 3.1. A részvételi tévé világsikere

A televíziós szakemberek világszerte új fogalommal ismerkednek: ez a részvételi tévé (*participation TV*). A terminus egy olyan jelenséget takar, amely a szakemberek által már oly sokszor anticipált médiakonvergencia első valódi, tömegesen jelentkező, társadalmi méretű és hatalmas üzleti sikert is hozó manifesztuma. A részvételi tévé integrálja ugyanis a televíziós műsorszolgáltatást és az egyszerű adatátvitelre szolgáló, népszerű mobil-telekommunikációs szolgáltatásokat, leginkább a szöveges alapú sms-t és újabban már a multimédia-képes mms-t is. Bár maga a kifejezés az óvatlan szemlélőben valamilyen mediatisztázott részvételi demokratikus folyamat kibontakozásának képét keltheti, valójában ma a meglehetősen egyszerű és üzletileg magasan motivált szórakoztató felhasználás a jellemző; elsősorban a televíziós showműsorok menetét befolyásoló sms-szavazások fémjelzik az új televíziós sikerhullámot. Ennek illusztrálására álljon itt néhány példa:

- Egyesült Királyság: a Big Brother 3 című showműsor kapcsán 13 millió emelt díjas sms-t küldtek és 12 millió emelt díjas telefonhívást kezdeményeztek a nézők;
- Hollandia: teljes zenei tévécsatornák alkalmaznak integrált drótnélküli interaktív megoldásokat, hatalmas siker az mms-alapú *fotochat*, azaz a szöveges üzeneteket saját fotókkal kiegészítő interaktív társalgás;
- Fülöp-szigetek: televíziós játékokra szakosodott csatornák játékosait emelt díjas sms-ekkel lehet irányítani, a bekapcsolódó távoli nézők átlagosan 20 sms-t küldenek adásonként;
- Németország: a tisztán televíziós chatprogramként működő csatorna naponta 180 ezernél több emelt díjas sms-t fogad;
- Egyesült Államok: 2002-ben az *American Idol* című vetélkedő döntőjéhez kapcsolódóan több mint 2,5 millió alapdíjas szöveges üzenetet küldtek a nézők; 2003-ban hasonló számban küldtek emelt díjas sms-eket az *All My Children* című szappanopera keretében lebonyolított *Sexiest Man in America* (Amerika legszexisebb férfia) vetélkedőre;
- Írország: a mindössze hárommillió lakosú ország *You're a Star* (Sztár vagy) című televíziós vetélkedője döntőjében a csupán három órán át tartó szavazási idő alatt 1,2 millió szavazat érkezett, ebből 800 ezer sms ([www.cellular-news.com](http://www.cellular-news.com) és [www.participationtv2003.com](http://www.participationtv2003.com)).

Természetesen hasonló példákat már a magyar televíziózás is produkált, még ha a számok nem is ilyen impozánsak. A leglátványosabb eredményeket ebben az esetben is a valóságshow-k műfaja hozza. A nemzetközi irodalom nem tesz említést kevésbé szórakoztató, inkább közéleti jellegű felhasználásokról, ám bizonyára ilyenre is akadnak példák szép számmal világszerte. A magyar televíziós gyakorlatban több olyan, a hírműfajjal és a közélettel összefüggő sms-szavazás ismert, amely már túlmutat a vetélkedők és a valóságshow-k öncélú keretein. A következő fejezetben közelebbről bemutatandó *Magyar ATV* esete jól példázza az interakció közéleti környezetbeli funkcióját is.

#### 3.2. A részvételi tévé technikai infrastruktúrája

Tanulmányom céljai között nem kapott prioritást a rentabilitás vagy az üzleti sikeresség elemzése. Van azonban egy fontos szempont, amelyet mindenképp érdemes figyelembe venni a terjedő emelt díjas visszacsatolási lehetőséget kínáló televíziós szolgáltatások kapcsán: a televízió nézők olyannyira igénylik a részvétel lehetőségét – akár a szórakoztató, akár a közéleti műsorok esetében –, hogy ezért tömegesen hajlandók akár emelt díjat is fizetni. Ez nagyon fontos üzenet a televízió jövőjét meghatározni kívánó valamennyi gondolkozó számára. Az egy-a-sokhoz modell kimerülése, túlhaladottsága ebben a trendben is világossá válik, és jól látható, hogy az

interaktivitást biztosító technikai megoldások üzembe állítása lehet a sikeres folytatás kulcsa.

A ma kibontakozó trend jól igazolja az e-demokráciára vonatkozó és az előző fejezetben már idézett egyik feltételt, amelynek értelmében a tömeges részvétel alapjául a széles körben elterjedt, hasonló technikai megoldású kommunikációs infrastruktúra szolgál (Tsagarousianou, 1998). Jelenleg a világ fejlett térségeiben a mobiltelefon elterjedése jellemzően meghaladja az 50 százalékot, de a legfejlettebb területeken az ennél jóval erőteljesebb penetráció sem ritka. Bár az sms-küldés szokása elsősorban a GSM-szabványt választó európai és távol-keleti országokban vált abszolút sikerré, lassan a kulcsfontosságúnak tekinthető Egyesült Államokban is – jelentős késéssel ugyan – teret nyer ez a mobilkommunikációs forma ([index.hu](http://index.hu))<sup>3</sup>. Az sms sok szempontból tökéletes médiuma a tömeges visszacsatolásnak:

- a ma forgalomban lévő valamennyi (GSM) készülék képes a küldésre és fogadásra;
- egyszerűségénél fogva a műszaki téren kevésbé képzett felhasználók is képesek a használatára;
- a fogadó oldalán könnyen, gyorsan és egyértelműen feldolgozható az elküldött üzenet tartalma, annak szöveges mivolta miatt;
- a véges számban rendelkezésre álló kommunikációs csatornákat nem terheli túl a rendkívül kis adattartalmú és sávszélesség-igényű üzenetek tömege.

*Az sms-nek köszönhetően tehát a hagyományos, analóg műsorszórás elven működő televíziózást is új trendek uralják, amelyek – tartalmuktól független – közös nevezője az interaktivitás fokozott igénye. Érdekes lehet azonban kitekinteni a televíziózás közeli jövőjére, a földi sugárzású digitális televíziózásra (DVB-T) is, amely néhány éven belül teljes egészében felválthatja a mai analóg sugárzást. Egy dán cég nemzetközi felmérést készített a DVB-T kapcsán felmerülő igényekről a különböző érintett csoportok (műsorkészítők, műsorszórásban, frekvenciagazdálkodásban érdekeltek) körében (1. ábra).*



### 1. ábra: Fontos-e az interaktivitás?

Forrás: [www.ero.dk](http://www.ero.dk)

A felmérés vizsgálta, hogy a válaszolók milyen jelentőséget tulajdonítanak a válaszcsatorna meglétének, azaz az interakció lehetőségének. Amint az 1. ábra is mutatja, elsősorban többségben voltak azok, akik szerint fontos a válaszcsatorna alkalmazása, azaz az interaktivitás megteremtése. Mivel ebben a vonatkozásban láthatóan nincs vita az érdekeltek között, a felmérés a továbbiakban azt vizsgálta, hogy milyen kommunikációs technológiával kívánják a válaszcsatornát kialakítani. A 2. ábra szemlélteti, hogy a már ismertett analóg televíziózás berkeiben kibontakozó trenddel összhangban, a DVB-T válaszcsatorna kapcsán is elsődleges fontosságú a GSM, illetve a harmadik generációs (3G) mobiltelefon, míg a fix telepítésű megoldások (xDSL) és a digitális televízió technikai keretén belül megvalósuló válaszcsatorna (DVB-RCT) háttérbe szorulnak.



### 2. ábra: Válaszcsatorna-technológiák

Forrás: [www.ero.dk](http://www.ero.dk)

Bármelyik válaszcsatorna is fogja végül biztosítani a DVB-T interaktivitását, a közösségi alkalmazás tekintetében több fontos szempontot is meg lehet nevezni. A DVB-T-szabvány lehetővé teszi adatok átvitelét is, így tulajdonképpen egy irányból nagy sávszélességen áramolhat az információ a felhasználó felé, miközben neki magának korlátozott sávszélességű válaszcsatorna áll rendelkezésre. Ez az aszimmetria viszont nem ellentétes a közösségi cselekvés vagy a közszolgáltatások világával. Az aszimmetrikus információáramlás éppen hogy jellemző az interneten jelenleg is elérhető elektronikus demokráciamodellekre. Amennyiben az előző fejezetben bevezetett minimális e-demokrácia-definíciót alkalmazzuk, a legtipikusabb ilyen irányú alkalmazás gyakorlatilag egy sokszereplős vita, ahol valamennyi fél látja a többiek hozzászólását, amelyet esetleg valamilyen módszerrel értékelhet. Egy ilyen kommunikációs rendszerben – feltételezve, hogy mindenki éppen azonos mértékben vesz részt a vitában – pontosan annyival több a befelé áramló információ a kifelé áramlónál, ahány tagja van a diskurzusnak. Nagy létszámú közösség esetén ez egészen komoly aszimmetriát eredményez, és ez így marad még akkor is, ha – a valósághoz jobban közelítve – feltesszük, hogy nem mindenki vesz részt azonos súllyal.

Jól látható tehát, hogy az a technikai infrastruktúra, amely a televíziózás interaktivitását lehetővé teszi, szolgálatba állítható a közösségi cselekvés speciális igényeinek megfelelően. Ezzel a hagyományos tévé közönsége sokkal inkább bevonható a közösségi folyamatokba; aktív, cselekvő állampolgárrá válhat.

## 4. Magyar csírák: az ATV esete

### 4.1. Az első kísérletektől az sms-szavazásig

Amint erről az előző fejezetben is említést tettem, a magyar televíziós kínálatnak a közéleti interaktivitás szempontjából a Magyar ATV az egyik legérdekesebb darabja, amely mára már komoly „interaktív hagyományokat” tudhat a háta mögött. 2000 decemberében indult a Ma Este című közéleti műsorsorozat, amely eleve interaktivitásra épült, elsősorban a nézők élő adásban elhangzó telefonhívásaira. Ezekkel a szokásos „bajok” adódtak: némely hívás személyeskedő, durva vagy ostoba volt, eltért a tárgytól, megzavarta a műsor menetét, sértő volt a szereplőkre és más nézőkre nézve. Ezért elég hamar felmerült az igény, hogy ezt a formát egészítsék ki más megoldásokkal. Az első ilyen az e-mail volt, a második az ATV honlapján a chatrovat. Ma már az élő telefonhívást



teljesen idejét múltnak nyilvánították, csak a legritkábban veszik igénybe.

2002 februárjától, a Soros Alapítvány által támogatott Magyarország ma című műsorsorozatban jelent meg először az sms mint médium, de még nem szavazási, hanem véleményközlési eszközként. A sorozat célja a választásokra való felkészítés, a programokkal kapcsolatos tájékoztatás volt. A vitaműsorokhoz véleményeket küldhettek a nézők, és ezek közül az érdekesebbeket teljes képernyős inzert formájában bemutatták. Ez az első „kísérlet” alapdíjas volt.

2003. szeptember 1-től vált az sms-szavazás emelt díjassá, előtte másfél éven át ingyenes volt a szolgáltatás. Jelenleg nincs olyan felmérés a *Magyar ATV* birtokában, amely pontosan mutatná az emelt díj bevezetésének hatásait, de az a jelek szerint nem csökkentette az aktivitást. A közönség különösebb megjegyzés vagy tiltakozás nélkül vette tudomásul a magasabb tarifa bevezetését. A második hónapban megduplázták a díjat, de ez sem járt az üzenetmennyiség komolyabb visszaesésével, a bevétel pedig nőtt.

Az a tapasztalat erősödött meg a televízió munkatársaiban, hogy ha valaki nagyon akar szavazni vagy véleményt mondani, akkor megteszi, a díjtól is függetlenül. Ebből természetesen az is következik, hogy a szavazók feltehetően a jobb módú rétegekből kerülnek ki, akik egy még elfogadható határig képesek követni a díjemelést, vagy pedig céges telefonról küldik üzeneteiket, tehát a költségek nem őket terhelik. A számok visszakeresése azt mutatja, hogy az üzenetek közel fele ilyen készülékről érkezik. Az érdekes és nehezen magyarázható jelenségek közé tartozik, amikor egy állami vállalat vagy intézmény telefonjáról kormányellenes üzenet fut be, vagy amikor a baloldali párt nevében regisztrált telefonról jobboldali hozzászólást küldenek.

További érdekes megfigyelés, hogy – dacára a brutálisan megemelt tarifának – a focimeccsek alatt ugrásszerűen nőtt a vélemény típusú üzenetek száma. Itt egy nagyon erős lelki kötődés figyelhető meg, hiszen temérdek üzenet csak annyiból állt, hogy „Hajrá Fradi!”. Bizonyos tehát, hogy vannak olyan témák, ügyek, műsorok vagy személyek, amelyek és akik feltétlenül érdeklődést keltenek. Ugyanez figyelhető meg a napi kérdésekre adott válaszok esetében is. Ha a kérdés nem túl mély, de kellően provokatív, akkor a vélemények számának növekedése pregnáns, míg „komoly” közéleti kérdéseknél erősen visszaesik.

#### 4.2. Sms: az üzenőfal és a szavazás mindennapjai

Az átlagos napi szavazatszám, hozzászólásszám nehezen határozható meg. A minimum 900-1000 körüli, és a napi végeredmény – a műsorok tartalmától, a vendégektől, a felvetett kérdésektől függően – elérheti a több ezret, egyes esetekben akár a tízezret is. Mostanra mind az sms-sel történő szavazás, mind az sms-üzenőfal díja üzenetenként egységesen 240 Ft + áfa lett. A rendszer nem tiltja a többszörös szavazást, mert ez a szolgáltatás – lévén a *Magyar ATV* kereskedelmi műsorszolgáltató – elsősorban üzleti vállalkozás, alapvető céljai között a bevétel növelése is jelen van. Mivel az *ATV* soha nem tett olyan kijelentést, hogy felmérései *reprezentatívak*, sőt, a *közvélemény-kutatás* kifejezést is kerüli, elfogadható a többszöri szavazás is. Mindazonáltal a többszörös szavazás nem tekinthető jellemzőnek. Vannak „notórius” üzenők, akik szavazatukat vagy véleményüket többször is elküldik, de üzeneteik száma nem haladja meg a négyet-ötöt, arányuk pedig nem haladja meg az összes üzenetek öt százalékát.

A telefonszámok alapján a televízió munkatársai nem tudnak jellemző törzsközöniséget beazonosítani az egyes sms-műfajokban. Ilyen felmérést nem végeznek, de valószínűleg nem is lenne értelme. A telefonszámok alapján ugyanis nem feltétlenül azonosítható az üzenet küldője. A már említett céges telefonokon túl a magántelefonok esetében sem tudható, hogy az üzenetet a családfele, a feleség vagy a gyerek küldte-e. A rejtvényfejtők körében például olykor kifejezetten „nyomozni” kell a nyertes megfejtő után. *Önmagában a telefonszámot az ATV szakértői tehát alkalmatlannak tekintik a küldő személy azonosítására.* <sup>4</sup>

Az sms-üzenőfal-szolgáltatásnál a beküldött üzenetek az adás alatt a képernyő alján futó szövegben jelennek meg. A televízió saját moderálási elvei szerint szűri a hozzászólásokat. Ezek lényege, hogy minél több üzenet jelenjen meg, mert az növeli a nézők „harci” kedvét, üzenőhajlamát. Megfigyelhető, hogy amint megjelenik néhány vélemény, azonnal érkezik rájuk reakció, és a nézők kvázi *chatet* folytatnak egymással, gyakran már elszakadva az éppen adásban szereplő témáktól. A moderálás tehát a durva, ízléstelen, pornográf, személyeskedő, hamis információt tartalmazó, uszító, rasszista kijelentések kiszűrésére szorítkozik. Természetesen ennek végrehajtásában néha adódnak hibák, de ezek nem tekinthetők számottevőnek.

#### 4.3. Az új eszköz műsorkészítésre gyakorolt hatásai

Az interaktivitás lehetősége nagyban befolyásolja az egyes műsorok tartalmát, különösen a műsor menetét, hiszen a nézőktől érkező jó kérdések, érdekes felvetések nemegyszer adnak olyan új fordulatot az adásnak, amelyet előre nem lehetett eltervezni. Gyakran előfordul például, hogy a riportban emlegetett politikus „névvel és lakcímmel” sms-t küld a műsorba, és a vita máris új irányt vesz. Elképzelhető, hogy az *ATV* hamarosan olyan műsort indít, amely kifejezetten sms-re épül, tehát a műsorba hívott vendég kvázi sms-*chatet* folytat a nézőkkel. Ez a műsorforma rendkívül kis költséggel jár, nagy bevételt hoz, és sok európai országban már most nagyon népszerű.

A képernyős munkatársak kedvelik az sms-t, mert élénkíti a műsort, és gyakran nekik is új támpontot, szempontot nyújt. Sőt, nem egyszer ki is húzza őket a csávából, ha egy beszélgetés elakad. Ennél jóval érdekesebb a politikusok hozzáállása. Egyesek kifejezetten élvezik, és miközben beszélnek, folyamatosan követik, olvassák az üzeneteket, és külön kérés nélkül is azonnal reagálnak. Ilyen például Kuncze Gábor, Lendvai Ildikó és Surján László. Ők eleve úgy készülnek az *ATV*-s szerepléseikre, hogy bekalkulálják ezt a körülményt.

A legtöbb politikus közömbös, még nem tanult meg élni ezzel az eszközzel. Természetesen kialakult az elutasítók köre is, akik kifejezetten kérik, hogy az ő szereplésük alatt ne fussanak üzenetek, mert rosszak a tapasztalataik,

sértőnek találják őket (bár valószínűleg egyszerűen csak a presztízsüket féltik egy-egy érdesebb megjegyzéstől). Ilyen például Jánosi György és Simicskó István. A nagy átlag tehát elfogadja és tudomásul veszi, de várhatóan nőni fog az elutasítók száma, attól függően, hogy politikai-szakmai környezetük, baráti körük, családjuk mit mond nekik az sms-ekről az adás után.

Összegezve a *Magyar ATV* munkatársainak eddigi tapasztalatait, elmondható, hogy az interaktivitás a mai televíziózás egyik legfontosabb követelménye. Tehát nem divat, hanem a jövő útja. Ennek csak egyik eszköze az sms, amely lehetőséget nyújt a nézők azonnali véleménykifejezésére. *Inkább a módszer fejlődésére, mintsem a most szárnyra kapott részvételi televíziós hullám kifulladására lehet számítani.* Azt is érdemes szem előtt tartani, hogy az sms-technológia egy sor további interaktív lehetőséget is kínál, amelyet idővel egyre többen vesznek majd igénybe. Például már ma sincs technikai akadálya annak, hogy egy adott kód sms-ben történő elküldése után a műsorszolgáltató által üzemeltetett szerver feltöltsön a néző telefonjára egy kívánt műsort, hírt vagy más televíziós szolgáltatást.

Nem szabad ugyanakkor figyelmen kívül hagyni a negatív tényezőket sem, amelyek árnyalják a televíziók sms-korszakának, a részvételi tévé kibontakozásának mai képét. Bár ebben a fejezetben a bemutatott televízió esete közéleti és tartalmi párhuzamba hozható a politikai részvétellel, a külföldi és a hazai példák túlnyomó többsége is azt mutatja, hogy az új eszközt a legnagyobb sikerrel a meglehetősen alacsony intellektuális színvonalú szórakoztatás körében alkalmazzák. Azt sem szabad elfelejteni, hogy a kereskedelmi televíziók – még közéleti tartalom esetén is – elsősorban az emelt díjas sms-ek számának maximálásában, nem pedig a szavazások arányossá és igazságossá tételében érdekeltek. Így csupán jelentős nézői nyomás esetén lehet arra számítani, hogy az „egy voks-egy telefonszám” elve egyáltalán érvényesülhessen. Végül azt is érdemes figyelembe venni, hogy a politikai véleménynyilvánításban elsősorban a politika cselekvő résztvevői érdekeltek – akár még emelt díjjal is. A néző és a műsorkészítő így sosem lehet teljesen biztos abban, hogy az sms-ek milyen arányban tükröznek valódi közönségvéleményt, és mennyiben van szó az egyes pártok szervezett, esetleg professzionálisan űzött kommunikációs akcióiról, üzeneteiről.

## 5. Összegzés: új tévés korszak küszöbén?

Marketingterminológiával élve a hagyományos televízió mint termék elérte termékélet-ciklusának utolsó, lefelé ívelő szakaszát. A televíziózás mint jellemző emberi tevékenység azonban távolról sem hanyatlik, hanem sikeresen igazodni látszik a technológia teremtette új nézői szokásokhoz, igényekhez. A maga szűkre szabott korlátai közül más, újonnan tért hódított, termékéletciklusuk első felében járó eszközök – különösen a mobiltelefon – bevonásával, integrálásával tör ki hagyományos funkcióiból, és talál magának új szerepet nem csupán a szórakoztatásban, hanem a közélet alakításában is.

Tanulmányom első felében – a politikai filozófia néhány klasszikusának gondolatait is felhasználva – azt a potenciált vizsgáltam, amely a digitális forradalom által a fejlett világ rendelkezésére bocsátott új eszközökre támaszkodva változásokat hozhat a társadalom működésében, a közösségi döntéshozatalban, a politikai cselekvésben. Egy olyan, minimális elektronikus demokráciamodellt állítottam fel, amely alkalmas lehet arra, hogy keretein belül az interaktívra tett televíziózás hatásai is értelmezhetővé váljanak. Megállapítottam, hogy azok a technikai lehetőségek, amelyeket leginkább a kis sávszélességű sms-válaszcsoporttal szemben áramló nagy sávszélességű műsorfolyam jellemez, alkalmasak lehetnek a közösségi, politikai részvétel kialakítására, amely eredendően hasonló kommunikációs logikát követ. Szemben az elektronikus demokrácia egyéb lehetséges felületeivel – elsősorban az interneten keresztül kapcsolódó személyi számítógépekkel –, a televízió és az sms közös alkalmazása, az eszközök nagyfokú hozzáférhetősége és egyszerű felhasználhatósága okán megvalósulhat az ideálisnak tételezett, kiegyenlített technikai megoldásokon alapuló, tömeges kommunikációs infrastruktúra.

A részvételi tévé fogalmát bevezető következő fejezetben áttekintő jelleggel nemzetközi példákat kerestem az sms és a televíziózás összekapcsolásából születő új kezdeményezésekre. Megállapítottam, hogy a nemzetközileg is jegyzett, sikeres precedensek kizárólag a szórakoztatás világához tartoznak. Ebben a körben – amint az a hazai valóságshow-k példájából jól ismert – elsősorban a vetélkedők, kvízzjátékok szereplőinek értékelését végezhetik el a nézők sms-szavazással, a műsor további menetét is meghatározva. Egy másik, hasonlóan erőteljes és sikeres alkalmazási területnek tekinthető az üzenőfal-funkció különböző megvalósítási formákban. Ebben a körben már szerepet kaphat a multimédia-képes mms is, amely révén az interakcióban a felek már nem csupán gondolataikkal, üzeneteikkel, hanem saját arcképükkel is részt vehetnek. Az interakció lehetőségének fontosságát a digitális televíziózás kapcsán készült felmérés eredményeivel is alátámasztottam. Az sms fölényét nem csupán ez a felmérés igazolta, de azok az adatok is, amelyek azt mutatták, hogy az sms-felhasználás területén relatív lemaradásban lévő Egyesült Államokban is az elmúlt évek komoly televíziós és üzleti sikereket hoztak a nézők ily módon való bevonására építő műsorok.

Hazai pályára érkezve részleteiben mutattam be a televíziós interaktivitás egyik legfontosabb résztvevője, a Magyar ATV ez irányú tevékenységét. Ez az eset témánk szempontjából azért kiemelkedő, mert ennél a csatornánál mind az sms-szavazás, mind az sms-üzenőfal eszközt zömmel nem a valóságshow-kra jellemző, öncélú szórakoztatásra kínálják fel, hanem közéleti kérdések megvitatására, értékelésére. A tévé politikai műsorainak közönsége így – természetesen korlátok közé szorítva – részt vehet a közéleti vitákban, konkrét kérdéseivel vagy szavazatával is alakíthatja a műsor menetét, cselekvő részesévé válik az eseményeknek. Demokráciamodellnek az ATV által kínált szolgáltatások természetesen csak fenntartásokkal tekinthetők, és ezt a csatorna munkatársai is elismerik. A működés kereskedelmi jellegéből fakadóan az sms-ek küldése emelt díjas, ami bizonyosan kizár olyan csoportokat, akik ezt a kiadást nem engedhetik meg maguknak. Hasonlóan kereskedelmi megfontolásokból nem korlátozott a szavazások esetén a többszöri részvétel, amely tovább torzíthatja az eredményt a jobb módú nézők véleménye irányában. Erre utal az is, hogy az emelt díj bevezetését követően sem esett vissza jelentősen a szavazók száma. Ugyanakkor a többszörös szavazás e tévénél nem igazán jellemző.

A megvizsgált esetek és az a tömeges vonzerő, amelyet a tévé interaktív lehetőségei jelentenek, világosan mutatják, hogy új televíziós korszak küszöbén állunk. Az új kor beköszönté bizonyára nem fogja magát a televíziókészüléket sem – technikai értelemben – érintetlenül hagyni. A digitális televíziózás feltartóztatatlanság közeledik. Ezzel esély nyílik arra, hogy az oly sokszor hivatkozott médiakonvergencia végeredményeképp leginkább a mai tévéhez hasonló, fotelből kényelmesen nézhető, távirányítóval kezelhető eszköz jöjjön ki győztesen. Ezt természetesen valamilyen mobil digitális asszisztens egészíti ki, amely a foteltól távol, mozgásban is hasonló szolgáltatásokat kínál – legfeljebb egy kicsit kényelmetlenebb formában. Bár az így megszülető, a mainál sokkal tökéletesebb interaktivitás lehetőségeit elsőként és elsősorban az elektronikus kereskedelem tudja majd kiaknázni, bizonyosan a közösségi aktivitás, a politikai cselekvés is profitálhat a kibővített, mai korlátaiktól megszabadított kommunikációs csatornákból.

A ma összegyűlő felhasználói és szolgáltatói tapasztalat tovább tágíthatja a mobil-adatátvitelen alapuló elektronikus-demokratikus megoldások horizontját. Minden bizonnyal – akár kereskedelmi-szórakoztató, akár közéleti jellegű felhasználásokról legyen is szó – a közönség, a szavazók sokasága egyre nagyobb nyomást gyakorol majd a szolgáltatókra az eredmények tisztaságát, átláthatóságát sürgetve. Ezen az úton haladva számítani lehet arra, hogy a mobiltechnológia egyre kiforrottabb, a hagyományos szavazási szituációk biztonságát egyre inkább megközelítő megoldásokat fog szállítani.

A tanulmányban idézett brit példa arra mutat, hogy a hagyományos módon lebonyolítandó helyi választásokba kísérletképpen már bevonják az sms eszközét. Amennyiben a technológia további garanciákat kínál a biztonságos működésre, úgy a kísérletek egyre inkább hétköznapi gyakorlattá válhatnak. Ehhez viszont már nem kizárólag a technológia, hanem a jog világának hozzájárulása is szükséges, hiszen számos kulcskérdést a törvényhozók, és nem a műszaki szakemberek tudnak megválaszolni.

## Irodalom

Arendt, Hannah (1958) *The Human Condition*, Chicago: University of Chicago Press.

Az amerikai mobilosok nem ismerik az SMS-t. In: *Index* at URL: <http://www.index.hu/tech/mobil/usasms/>

Budge, Ian (1996) *The New Challenge of Direct Democracy*, Cambridge: Polity Press.

Coleman, Stephen (2001) *Cyber Space Odyssey*, at URL: <http://www.hansardsociety.org.uk/cyberodyssey.htm>, visited on 5/14/2002

Kamarainen, J. (2003) *Forecast 2002* at URL: [www.ero.dk/79C734F8-E061-40AB-ADE2-5CE52071E6E8](http://www.ero.dk/79C734F8-E061-40AB-ADE2-5CE52071E6E8)

Kollár Csaba (2003) SMS-szavazás Kanadában. In: *Prim Hirek* at URL: <http://hirek.prim.hu/cikk/34139/?PHPSESSID=1196>

Marek, Sue (2003) *Premium SMS: The Next Big Content Play?* in *Wireless Week* at URL: <http://www.wirelessweek.com/index.asp?layout=article&articleid=CA316859>

Mill, John Stuart (1991) *Considerations of Representative Government*, Buffalo: Prometheus Books.

Moran, Margaret (2002) E-Voting. In: *eGov Monitor* at URL: <http://www.egovmonitor.com/features/moran02.html>

Norris, Pippa (2001) *Digital Divide – Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, Cambridge: University Press.

*Participation TV – Making Money from SMS & IVR*, EVENT DESCRIPTION at URL: <http://www.participationtv2003.com/index.htm>

Saunders, Christopher (2003) The Promise of Premium. In: *Instant Messaging* at URL: <http://www.instantmessagingplanet.com/wireless/article.php/2211501>

Székely Ferenc (2003) Mélyinterjú Dr. Székely Ferencsel, a Magyar ATV műsorigazgatójával.

Tsagarousianou, Roza (1998) *Electronic Democracy and Public Sphere*. In Tambini, Damian, ed. (1998) *Cyberdemocracy: technology, cities, and civic networks*, London: Routledge.

*TV show shows strong SMS voting uptake in Cellular News* at URL: <http://www.cellular-news.com/story/9883.shtml>

*UK To Use SMS Voting* at URL: [http://www.cellular.co.za/news\\_2002/021302-uk\\_to\\_use\\_sms\\_voting.htm](http://www.cellular.co.za/news_2002/021302-uk_to_use_sms_voting.htm)

## Lábjegyzetek

1

Angol eredetiben: „Action, as distinguished from fabrication, is never possible in isolation; to be isolated is to be deprived of the capacity to act. Action and speech need the surrounding presence of others no less than fabrication needs the surrounding presence of nature for its material, and of a world in which to place the finished product. Fabrication is surrounded by and in constant contact with the world: action and speech are surrounded by and in constant contact with the web of the acts and words of other men”. A szöveget saját fordításomban közlöm – K.F.

2

A globális digitális megosztottság tekintetében is némi optimizmusra adhat okot az a körülmény, hogy még a nagyon rosszul ellátott területeken is sokkal könnyebb, gyorsabb és olcsóbb mobilhálózatokat telepíteni, mint kábelen alapuló hálózatot építeni. Jó példa erre Libanon esete, ahol a háborúban teljesen tönkrement hagyományos telekommunikációs infrastruktúra újjáépítése helyett már kizárólag mobilhálózat kiépítésével pótolták a kiesett vezetékes rendszert.

3

A sikerpéldák között is említett 2002-es American Idol című show (majd ennek kanadai változata, a Canadian Idol) keretében megrendezett sms-szavazás célja még nem az emelt díjából származó bevétel realizálása volt, hanem az amerikai kontinens fogyasztóinak „bevetése”, amelyet az AT&T Wireless – jól felfogott üzleti érdekeinek megfelelően – támogatott. A „tanulási folyamat” olyannyira sikeres volt, hogy egy évvel később, az All My Children sms-szavazásán már emelt díj mellett is hasonló részvételi eredményeket értek el ([www.instantmessagingplanet.com](http://www.instantmessagingplanet.com)).

4

Az előző fejezetben említett liverpooli és sheffieldi sms-alapú helyi választások során sem önmagában a küldő telefonszáma szolgált a választó beazonosítására, hanem az üzenetben szereplő PIN kód.



Allásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

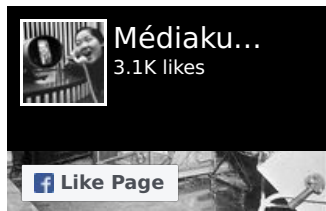
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Új média

[Csont Szandra](#) - [Sengel Ferenc](#):

# Sms: a valóságshow - któl a politikai választásokig

Magyarországon egyelőre csak az elektronikus választások előképének tekinthető valóságshow-szavazások vetik fel a mobilos, internetes szavazások bizalmi és biztonsági kérdéseit. A bizalmatlanság jogosságát támasztja alá az az eset, amelyet egy bulvárlap produkált: az állítólag élőben sugározott sms-szavazási procedúra győzteseit már a szavazás előtt egy nappal megjelent számában bemutatta. Az első politikai sms- és elektronikus voksolásokat Nagy-Britanniában és az Egyesült Államokban azonban már évekkel ezelőtt megszervezték. Néhány régióban, településen, önkormányzati választásokon próbálták ki élesben az sms hivatalos választási alkalmazását. A tapasztalatokról megoszlik a pártolók és az ellenzők véleménye. A diskurzus azonban rávilágít a tényre: Nyugaton megkezdődött az sms választási felhasználása, s a vita már a konkrét biztonsági és jogi garanciákról zajlik. A tanulmányban meginterjúvolt hazai véleményformálók, az Országos Választási Bizottság pártdelegáltjai és a politológusok egy dologban egyetértenek: 2006-ig az elektronikus szavazás bevezetéséhez szükséges kétharmados parlamenti konszenzus elérésére a pártok közötti bizalmatlanság miatt nincs reális lehetőség.

#### 1. Bevezetés

A mobiltelefon eddig ismeretlen, elképzelhetetlen viselkedésformákat honosított meg, a kultúra, a gondolkodás és a kapcsolatok új lehetőségeihez járult hozzá. A nyugati civilizációban befolyása szinte teljes: eljut a társadalom majdnem minden tagjához, s nagyrészt lefedi a közösségi hálózatokat. A mobiltelefon használata az elmúlt másfél évtizedben túlélt a célzott és specializált felhasználási formákon, s azzal, hogy átrajzolja a hétköznapiak finom szövetét, új „embertípus”, az élet valamennyi dimenzióját mozgásban tartó, ultraaktív ember ideálvizíóját vetíti előre és kelti életre.

A mobiltelefon a 20. század végének technológiai forradalma nyomán hatással van a nyelvre, a viselkedésre, a vizualitásra, a munkára, a szabadságra – gyorsítja az élettempót, növeli a hatékonyságot. Az sms tömörebb fogalmazásra és nyelvi találmányokra ösztönöz, az oplogó a vizuális fantáziát motiválja. A mobilkommunikáció a köznapi életben megkönnyíti az információhoz való hozzájutást, így kielégíthet bizonyos egalitárius elvárásokat. A tudományt ugyancsak demokratizálja, megsokszorozza a hatékonyságát, hiszen intenzív, percrekés, széles körű információcserét tesz lehetővé. A mobiltelefonok utolsó generációja hatalmas adatmennyiséggel képes megbirkózni: videoklipek, televíziós adások, részvényárfolyamok és várostérképek egyaránt továbbíthatók a gépek segítségével.

A 21. század elején a technológia többé-kevésbé készen áll arra, hogy a politikai választások – a népszavazások, az országgyűlési és az önkormányzati választások – lebonyolításának (egyik) eszköze is legyen.

#### 2. A való világ, avagy banánhéjon csúszik el a valóságshow-köztársaság?

Az új interaktív technológiák, s általában a kommunikációs boom társadalmi hatásainak magyarországi vizsgálatához nem várt segítség érkezett, amikor a két országos kereskedelmi televíziócsatorna sugározni kezdte a valóságshow-kat. A „játék” lényege: egy bekamerázott épületben összezárt közösség tagjainak továbbjutásáról, majd a páros párbajokban az egyenként „elvérző” versenyzők sorsáról a néző, a (ki)választó dönthet sms-ben, végül győztest választhat az utolsó, csúcsra járatott (ki)szavazás során.

Az eddig sugárzott két Big Brother (TV2), három Való Világ (RTL Klub), a Survivor névre keresztelt mutáció (RTL Klub), valamint a Megasztár dalverseny (TV2) esetében az emelt díjas számon a szereplőkre voksolók száma milliós nagyságrendű volt. Ugyanez a milliós nagyságrend várható a jövőben induló valóságshow-k esetében. Az eddigi játékok idején leadott sms-voksokból ugyanakkor hivatalosan statisztikát sem a közreműködő kereskedelmi tévék, sem a mobilszolgáltatók vagy az adatforgalom bonyolításában szerepet játszó IT-szakértők nem ismertettek. Az adatok iránt érdeklődőket udvariasan, de rendszeresen elutasítják, ahogy ez e sorok íróival is történt. <sup>1</sup>

A szavazásokat és az eredmények közzétételét ugyanakkor közjegyző hitelesítette. Erről beszámolt a valóságshow-  
ipar szoros üzleti partnereként fungáló nyomtatott bulvársajtó is.

A szavazásokkal kapcsolatos bizalmatlanságra okot adó helyzetet jól jellemzi egy bulvárlap esete. A *Best* magazin különös módon már a 2003. december 30-i számában közölte annak az öt embernek a fényképét, akik csak egy másnapi döntés nyomán, december 31-én költözhetnek be a Való Világ 3 villájába. A párok harcát és a nézők sms-szavazását állítólag előben sugározták december 31-én.

A kérdés: ha valóban a nézők szavazták be élő adásban a játékosokat december 31-én, akkor miként kerülhetett be a csak másnap beköltöző villalakók listája a már december 30-án kapható magazinba?

A tény: a magazin szerkesztőségének legalább két héttel korábban tudnia kellett ezekről a személyekről, mert a karácsonyi munkarend miatt előbb kellett a lapot nyomdába küldenie. A *Best* magazin a VV3 médiapartnere, így előre megkapta a játékba való bejutásra esélyes 39 játékos fotóját és adatait, amelyekhez csatolták a beszavazások sorrendjét és névsorát is.

A reakció: a VV3 sajtófőnöke, Dobsi Adrienn a *Best*-ben úgy nyilatkozott, szó sincs előre leosztott szerepekről. A magazin rovatvezetője, Sándor Anikó kijelentette, két szempont alapján döntöttek el, hogy kinek a fotói kerüljenek bele az újságba. Az első az volt, hogy hasonlítson a korábbi villalakókra, a másik pedig az, hogy a rendelkezésükre álló adatok és a „személyes megérzésük alapján” megtippelték, ki lehet az esélyes a beköltözésre.

„Mivel az RTL Klubtól semmilyen segítséget nem kaptunk a beszavazást illetően, mi lepődtünk meg a legjobban, hogy telitalálatot értünk el a tippjeinkkel. Mivel fel sem merült bennünk, hogy mind bekerülnek a Villába, így oda sem írtuk, hogy ezek a szerkesztőség tippjei. Remélem, hogy sem rólunk, sem pedig az RTL Klubról nem feltételezi senki, hogy a háttérben összedolgozunk”

- áll a rovatvezető egyik nyilatkozatában. <sup>2</sup>

Az eset jól illusztrálja az sms-voksolás átláthatóságának fontosságát és a rendszer iránti bizalom lényegi szerepét. Ugyanezek a kérdések merülnek fel a politikai választások esetében is.

### **3. Elektronikus és mobiltelefonos szavazás: a nemzetközi tapasztalatok**

#### **3.1. Az ír sikerek**

Az Európai Unió (EU) több éve pártolja az elektronikus szavazási technológia és módszertan meghonosítását. A brüsszeli apparátus által elfogadott E-Poll projekt lényege: szorgalmazni kell a közösség tagországainál, hogy mielőbb fejlesszék ki az elektronikus szavazás módszereit és teszteljék azok lehetőségeit. Írországból például a 2002-es népszavazáson elektronikusan is lehetett szavazni az EU további bővítését lehetővé tevő nizzai szerződésről. A tapasztalatok szerint abban a hét körzetben, ahol elektronikus úton bonyolították le a referendumot, az eredményeket néhány óra leforgása alatt összesíteni tudták, míg ahol szokásos módon szavaztak, csak másnap reggel tudták az adatokat összesíteni.

#### **3.2. A sheffield-i hibalista <sup>3</sup>**

Nagy-Britanniában a főpróba 2003 májusában volt Liverpoolban és Sheffieldben, ahol az önkormányzati választásokon a szavazók sms-ben is voksolhattak. Ez a valós helyzetben való alkalmazás csak az egyik állomása volt annak a szavazásipróba-sorozatnak, amelyet Angliában és Walesben tartottak. A próbasorozat nemcsak az sms-szavazást, hanem a levélben és az interneten keresztül történő voksolás lehetőségét is magában foglalta. Az angol kormány azért vezette be az újító akciót, hogy felélessze a szigetország lankadó szavazási kedvét.

Az újfajta rendszer azonban már a kiépítésekor aggályokat vetett fel: az Electoral Reform Society – amellet, hogy támogatta az új eljárásokat – aggódott a biztonsági háttér szilárdsága miatt, és óvatosságra intett mindenkit a széleskörű e- és m-voksolás bevezetésével kapcsolatban:

„A próbaszavazások eredménye döntő fontosságú a közbizalom építésében, valamint a szavazás tisztességének megtartásában, hiszen a kormányzat tervei szerint a tavalyi sms és online szavazás után Anglia-szerte sokkal szélesebb körben vezetnék be az elektronikus voksolást 2006 után: például az angliai Liverpoolban és Sheffieldben digitális tévén és mobilon keresztül is lehetne majd szavazni. Az elképzelések szerint azon választók, akik sms-ben szeretnének majd szavazni, külön pin-kódot kapnak majd.”

Sheffieldben 18 helyi választókerületben mintegy 1,5 millió ember vett részt a szavazáson, és adta le a voksát elektronikusan. A szavazás után nem sokkal egy ismert brit kutató, Dr. Ben Fairweather (De Monfort University, Center of Computing and Social Responsibility) élesen bírálta a kísérleti rendszert – hibalistát állított fel valamennyi kipróbált rendszer hiányosságairól.

A professzor az egyik legsúlyosabb problémának azt tartotta, hogy némelyik rendszer a saját biztonsági rendszerét semmisítette meg. Például az egyik választókörzetben, ahol a biztonsági rendszer részeként a szavazatok azonosítását úgy oldották meg, hogy a választás előtt levélben elküldték az azonosító kódokat a választóknak, egy technikai malőr folytán a kódokat a voksolók on-line újraigényelheték. Sheffieldben ugyanakkor a választások napján több szavazókörzetben nem volt internetkapcsolat. Ez a két példa csupán kis hányada volt a rendszer hiányosságainak.

A brit szakértők emellett figyelmeztettek: az internetes szavazáshoz hasonló sms- és a digitális tévés voksolás esetében szintén nincs megoldva az otthoni és a szavazóhelyiségekben történő választás összehangolása. Vagy a privát szféra fontosságát említve: honnan lehet tudni, hogy ha valaki otthonról szavaz, akkor ki áll mellette a szobában, aki esetleg befolyásolhatja?

### 3.3. Összeomlik az amerikai álom

Az on-line szavazás biztonsági kockázataival kapcsolatos kritikák Amerikában is megjelentek. Három számítástechnikai professzor és egy volt IBM-kutató közleményben jelentette ki, hogy olyan elektronikus szavazási rendszer, amely garantálja, hogy egy ember csak egyszer voksol, valamint védi a szavazó személyazonosságát, nem hozható létre. <sup>4</sup>

A kritikus négyek egyikének, David Wagnernek, a kaliforniai Berkeley Egyetem számítástudományokkal foglalkozó professzorának tanulmánya jól időzítve jelent meg, hiszen az Egyesült Államok védelmi minisztériumának 2004 végéig kell felkészülnie a SERVE-rendszer (*Secure Electronic Registration and Voting Experiment*) tesztjére, amely lehetővé teszi a hadsereg katonái számára az elektronikus szavazást. A tervek szerint a rendszerrel több mint hatmillió amerikai katona adná le a voksát a 2004 novemberi USA-beli választásokon pusztán a számítástechnikára támaszkodva.

A tudósok arra is felhívták a figyelmet, hogy az egyik legnagyobb veszélyt a hamis biztonságérzet jelentheti. Mivel kezdetben csak kevés szavazó élhet alkotmányos joggal ezen a módon, ezért valószínűleg támadások sem fogják érni a rendszert. Ez pedig azzal jár(hat), hogy a SERVE látszólagos biztonságosságán felbátorodva egyre szélesebb körben alkalmazzák majd a technológiát, amely így sokkal nagyobb támadási felületet és manipulálási lehetőséget nyújt.

## 4. E-voks-politika Magyarországon

Magyarországon a magas mobiltelefon-penetráció és az extrapolarizált politikai viszonyok a 2002-es országgyűlési választásokon aktiválták annyira a politikai elitet, hogy kampányüzenet-hordozóként és szervezőként előtérbe került a mobiltelefon(tulajdonos). A kampányban szimpatizánsok ezrei éltek a lehetőséggel, hogy ismerőseiket megszólítsák választási sms-üzeneteikkel.

A 2002-es kampányban az sms megjelenésének mérföldköve az SZDSZ „köteles tüntetés”-ének megszervezése volt. Kövér László Fidesz-MPP-s politikus vitatott kijelentése nyomán az MSZP ifjúsági tagozata, valamint az SZDSZ ifjúsági szervezete, az Új Generáció tüntetést szervezett a Fidesz-székház előtt. Az idő nagyon szorította a szervezőket, ezért úgy döntöttek: mobiltelefonon, rövid szöveges üzenetként próbálják minél szélesebb körhöz eljuttatni a tiltakozás helyét, idejét, arra kérve a címzetteket, hogy azok újabb tíz ismerősüknek küldjék tovább az üzenetet. A sikeresen megszervezett tüntetésről sok médium számolt be, és ez hozzájárulhatott ahhoz, hogy némileg megváltozott a jobb- és baloldal között megosztott közvélemény. Az sms és a mobiltelefon tömegkommunikációs politikai eszközzé válását azonban Magyarországon egyelőre nem követik a választási, szavazási felhasználásra irányuló kezdeményezések.

### 4.1. Európa parlamenti választás: sikertelen e-voks-kezdeményezés

A magyar politikai elitnek az elektronikus szavazás jogi bevezetésére és alkalmazására tett első kísérlete kudarccal végződött. <sup>5</sup> Az európai parlamenti választáson a külföldön élő szavazók voksolását megkönnyítő e-szavazás parlamenti vitájában a kérészetű elképzelés elbukott az ellenzék ellenállásán. Így az sem derülhetett ki, hogy a törvényhozók milyen megoldással, a választójogi törvény milyen módosításával képzelnék el az elektronikus szavazás lebonyolítását.

A mobiltelefonos szavazás bevezetésének jogi feltételei elsősorban politikai akarathoz kötöttek. Magyarországon minden választójoghoz kapcsolódó kérdés törvényi módosításához kétharmados parlamenti többség szükséges, ez esetben a mobiltelefonos szavazást a választási eljárásról szóló 1997-es C. törvény módosításával lehetne regisztrálni a magyar választójogi rendszerben.

### 4.2. Biztonsági feltételek: anonimitás és választási PIN kód <sup>6</sup>

A mobiltelefonos szavazás legfontosabb technikai követelménye, hogy a rendszer a voksoláskor tökéletesen, minden kétséget kizáróan azonosítsa a szavazásra jogosultakat, ugyanakkor tökéletes anonimitást biztosítson számukra. Tehát semmilyen körülmények között ne derülhessen ki, hogy az adott szavazói azonosító melyik választópolgárt reprezentálja. Az adatkezelési jogszabályok betartásával létre kell hozni a személyes adatokból generált szavazási azonosítót (választási PIN kódot), a hozzá tartozó jelszóval együtt.

A Magyar Köztársaság Alkotmánya szerint a választójog általános és egyenlő, a szavazás közvetlen és titkos. Annak érdekében, hogy a választójog gyakorlása, a választási, a népszavazási és népi kezdeményezési eljárás demokratikus és megfelelő biztosítékokkal övezett legyen, a mobiltelefonos választási rendszernek biztonsági szempontból is számos követelménynek kell megfelelnie. Olyan rendszert kell kiépíteni, amely a személyes megjelenéssel azonos biztonságú és hatékonyságú, hiszen az adott választásokon nemcsak elektronikusan fognak szavazni a választópolgárok, hanem személyesen is.

Fontos ellenőrizni, hogy a szavazó jogosult-e szavazni, illetve biztosítani kell, hogy egy szavazóazonosítót fizikai és térbeli korlátozás nélkül, de csak egyszer használhassanak. A rendszernek emellett számlálnia, feldolgoznia, értékelnie kell a kapott szavazatokat. Erre jelenleg is többféle technológia létezik. A tervezésekor figyelembe kell



venni, hogy rövid idő alatt több millió szavazatot kell fogadnia a rendszernek.

Lényeges, hogy a választási rendszert ne lehessen megzavarni hibás szavazatokkal. A szavazórendszer üzemeltetése során idegenek megpróbálhatnak beavatkozni a szavazás normális menetébe azzal, hogy a szavazást irányító számítógépes alkalmazást megpróbálják megzavarni, vagy megpróbálnak az azonosítókkal visszaélni.

Mindkét eset beláthatatlan következményekkel járhat, ezért nagy gondot kell fordítani a hardver és a szoftver biztonsági védelmére. A fentiek mellett a választások tisztasága miatt nagyon fontos az is, hogy független szakértők betekintést nyerhessenek a szavazategyűjtés és -számlálás körülményeibe.

### 4.3. Választások sms-ben? Politikai bizalmatlanság Magyarországon

Ha az sms-voksolásokkal kapcsolatos orwelli félelem hatékony biztonsági megoldásokkal oldható, ha a szavazókat nem lehet nyilvántartani/lenyomozni, s így manipulálni, akkor középtávon elvben zöld utat kaphatna az elektronikus szavazás, s ehhez kapcsolódóan az sms felhasználása is. Ezzel szemben azonban Magyarországon markánsan jelen van az a látásmód, amely eleve elutasítja, lehetetlennek tartja a módszer bevezetését, hozzátevé: az ügyben nincs esélye a magyar parlamenti pártok közötti kompromisszumnak. Az utóbbi körülmény értékelésében egyetért két (az sms-szavazás bevezetését támogató, illetve elutasító) politológus.

A hazai sms-optimista (Lakner Zoltán) helyesli, hogy a népszavazáskor/választáskor a választópolgárok sms-ben is voksolhassanak. <sup>7</sup> Véleményében ugyanakkor ott a „laikus” félelme: „a módszerrel ténylegesen biztosítva marad-e az anonimitás, nyilvántartják majd az embert?” Úgy véli, hogy a biztonságos működés egyik legfontosabb (paradox) garanciája, hogy ha az sms-ben történő voksolás mellett továbbra is lehet a hagyományos módon szavazni, mert

„ekkor nem lenne aggasztó a szavazás esetleges manipulációja, pontosabban nem lenne nagyobb esély rá, mint ami jelenleg is fennáll, tekintve, hogy a beérkezett szavazatokat jelenleg is számítógép segítségével összesítik, és csak minimális az emberi közreműködés”.

Az sms-optimista szerint a politikai elitet elsősorban az érdekli, hogy melyik párt szavazótáborát lehetne ezzel a módszerrel jobban mozgósítani. A koncepciókészítés, így az adatvédelmi problémák megoldása azonban várat magára. Ugyanakkor érdekes az a megállapítás, miszerint feltehetőleg azon párt követői élnének az sms-szavazási lehetőséggel, amely csoportosulás szavazói „jobban bíznak politikai tömörülésükben”. Persze az sem bizonyos, hogy a modern technika segítségével drasztikusan változnának a hazai szavazási szokások, mert lehetséges, hogy a „könnyebb megoldás” valamelyest aktívabbá tenné az embereket, de a számok tükrében ez a változás nem mutatkozna meg szignifikánsan.

Az sms-szavazás közjogba iktatásának esélyeit a politológus úgy látja: jelenleg a mindenkori ellenzék ódzkodik az sms-szavazástól, a kormányon lévők kevésbé. Az ellenzéki tartózkodás azonban nem kimondottan a szavazási metódusnak szól, hanem az állandósuló politikai bizalmatlanságnak.

Az sms-pesszimista (Tóth Gy. László) „lehetetlennek” tartja a modern technológiák megjelenését a választási rendszerben. <sup>8</sup> Egyfelől úgy véli, az ország felkészületlen a „változásra, nincs technológiai háttér, s nem megfelelő a hazai kulturáltsági szint”. Szerinte a választáshoz kapcsolódó tradíciók (kis papír, fülke, a választó személyesen írja le a választását, diszkréció stb.) szilárdabbak annál, hogy így modernizálni lehetne őket. Másfelől hangsúlyozottan veti fel a következő kérdéseket: melyik rendszer tudja száz százalékos biztonsággal ellenőrizni az sms-ben leadott voksok valóságát? Ki lenne az, aki feldolgozza és ellenőrzi a szavazatokat? A módszert elvető álláspont szerint az sms-szavazás megjelenése semmiképpen nem gyakorolna pozitív hatást a szavazókra:

„Mivel Magyarországon egyrészt a szavazó lakosság nagy részének nincs is mobiltelefonja, nehezen tudna alkalmazkodni ehhez a rendszerhez, másrészt a szavazókedvet sem lendítené fel.”

A hazai pesszimista szerint nem ideológiaspecifikus az, hogy kit mozgósítana az új rendszerű szavazás. Úgy látja, hogy

„egyik oldal politikusi sem egyeznének bele az sms-szavazás bevezetésébe. A versengő pártok a feszes választási harcban nem kockáztatnák meg egy ilyen bizonytalan rendszer bevonását. Mivel nagy a csalás lehetősége, politikai hovatartozásuktól függetlenül nem egyeznének bele a pártok az sms-voksolás bevezetésébe.”

További ellenérv, hogy „a lakosság jelentős része szegény, tehát nincs pénzük mobiltelefonra, úgyhogy őket nem érintené ez a változás”. Az intellektuális opposíció jellemző képe szerint, ha jön az sms-voks, a „való világ” George Orwell 1984 című művének a hangulatához hasonlítana, sértve a személyiségi jogokat és a szabad választást.

Ugyanakkor még az sms-pesszimista is úgy véli: a mobiltelefon nyújtotta lehetőségeket a közigazgatás számos területén fel lehet használni, de a szavazásra nem:

„A népszavazás nagy horderejű esemény, melynek megvannak a maga tradíciói, melyeket nem nagyon lehet megváltoztatni. Az sms-voksolás azonban még csak nem is olyan változás, ami esetleg idővel megbonthatja a voksolási szokásokat, hanem már-már komikus elgondolás, amely nem illik a népszavazáshoz.”

## 5. Összegzés

Az elmúlt fél évtizedben a nyugati demokráciákban gyökeret eresztett az elektronikus, így az sms-szavazás is. A

közgondolkodás egyre inkább befogadja a „módszertan velejét” (a választási PIN kódot), és azt az állítást, hogy az informatikai rendszerek „csalásbiztosak”. Legalább ilyen fontos: a garanciákról, így elsősorban arról, hogy a politikai választásokon kizárhatóak legyenek a visszaélések, folyamatos és nyilvános vita zajlik. Idehaza, jórészt a parlamenti pártok közötti bizalmatlanság miatt a következő választásokig, 2006-ig az elitek „lemondtak” az elektronikus voksolás jogi kanonizálásáról. A témakör ugyanakkor a magyarországi közbeszédben sem tudott magának helyet szorítani, amiben némi szerepe lehet a valóságshow-k szavazásait övező szkepticizmusnak is.

## Lábjegyzetek

1

2003 decembere és 2004 januárja között az RTL Klub és a TV2 kereskedelmi csatornák valóságshow-kat készítő stábjaiknak a tartalomért és a technikáért felelős munkatársai több ízben elutasították a jelen tanulmány szerzőit, amikor az sms-adatforgalom számadatainak pontos közlését kérték.

2

Best magazin, 2004/1-3.

3

Az esetek forrása: [http://www.cellular.co.za/news\\_2002/021302-uk\\_to\\_use\\_sms\\_voting.htm](http://www.cellular.co.za/news_2002/021302-uk_to_use_sms_voting.htm);  
[http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk\\_politics/3112493.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/3112493.stm)

4

<http://www.terminal.hu/newsread.php?id=22200501045914>

5

Rossz törvény, amit be sem tartanak? Magyar Hírlap, 2002. május 7.

6

Ez a fejezet az Országos Választási Bizottság pártdelegáltjaival készített anonim interjúk alapján készült.

7

Kivonat a Lakner Zoltán politológussal készült interjúból.

8

Kivonat a Tóth Gy. László politológussal készült interjúból.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



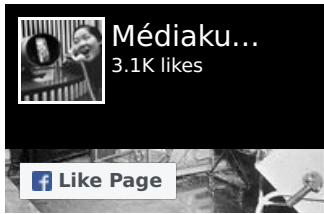
[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Új média

[L. László János](#) - [Vég Olga](#):

# Sms- technológia a közigazgatás és a közszolgáltatásban

Az írásból kiderül: a mobiltelefonnal rendelkezők száma többszörösen meghaladja azokat, akik rendszeresen interneteznek. A döntéshozók és a fejlesztők mégis jóval kisebb figyelmet szentelnek arra, hogy e szinte mindenki zsebében ott lapuló készülékkel minél több ügyes-bajos dolgunkat el tudjuk intézni. A tanulmányban elemzett hazai és külföldi mobilkormányzati szolgáltatások bizonyítják, hogy az innovatív gondolkodás képes olyan megoldásokkal előállni, amelyek megkönnyíthetik hétköznapjainkat - legyen szó a parkolási díj fizetéséről, gépjárművásárlásnál az eladó autó azonosításáról, az egyetemi felvételi eredményekről vagy a gyerek iskolai előmeneteléről való tájékozódásról - mobiltelefonon keresztül. A tanulmány szerzői úgy látják: a jó példák széles körű megismertetése arra sarkallhatja az önkormányzatokat, hogy egyre nagyobb számban tegyék lehetővé a polgároknak kérdéseik, észrevételeik sms-ben való közlését, miközben azt is biztosíthatják, hogy mind több ügyet lehessen sorban állás nélkül, (mobil)telefonon elintézni.

## 1. Bevezetés

### 1.1. Mobiltelefon-ellátottság Magyarországon

Magyarországon ma 100 lakosból - a csecsemőket is beleértve - 80-ra jut mobiltelefon, <sup>1</sup> és a tendencia továbbra is növekvő. Vagyis rendelkezésünkre áll egy eszköz, amelyet a felnőtt népesség döntő hányada magánál hord, és alapfunkcióit jó felhasználói szinten képes kezelni. A készüléket ugyanakkor a magánbeszélgetéseken és a magánüzenetek küldésén kívül alig használjuk másra. <sup>2</sup>

Az alábbi táblázat a 2003-as év mobilkommunikációra vonatkozó adatait tartalmazza, különböző szociológiai változók szerint. Ekkor még a mainál összességében mintegy tíz százalékkal volt alacsonyabb a mobiltelefonok elterjedtsége Magyarországon, az eloszlás azonban jelentősen nem változott.

*A háztartások mobiltelefonnal való ellátottsága a háztartások jellemzői szerint, 2003*

	N	Van mobiltelefon (%)	Nincs mobiltelefon (%)	Összesen
Átlagosan	5274	69	31	100
<b>Földrajzi régiók szerint</b>				
Közép-Magyarország	1447	72	28	100
Közép-Dunántúl	459	73	27	100
Nyugat-Dunántúl	492	74	26	100
Dél-Dunántúl	486	66	34	100
Észak-Magyarország	744	59	41	100
Észak-Alföld	799	66	34	100
Dél-Alföld	846	69	31	100
<b>Település típusa szerint</b>				
község	1768	63	37	100
város	1527	70	30	100
megyeszékhely	927	74	26	100
Budapest	1051	71	29	100
<b>A háztartás mérete szerint</b>				
egyfős	1382	36	64	100
kétfős	1518	60	40	100

háromfős	1043	92	8	100
négyfős	814	95	5	100
5+ fős	517	93	7	100
<b>A háztartás egy főre jutó jövedelme szerint</b>				
alsó ötöd	849	72	28	100
2. ötöd	915	60	40	100
3. ötöd	726	47	53	100
4. ötöd	923	59	41	100
felső ötöd	848	79	21	100

*Forrás: TÁRKI, 2003.*

A mobiltelefonok elterjedtségéhez képest meghökkentő, hogy sem a hosszú távra szóló Magyar Információs Társadalom Stratégiában (MITS), sem ennek közigazgatási-önkormányzati részstratégiáiban nem szánnak szerepet ennek az eszköznek. <sup>3</sup> Ugyanakkor az internet alapú e-ügyintézésről bőven esik szó a távlati kormányzati elképzelésekben.

Tanulmányunkban arra vállalkozunk, hogy megvizsgáljunk néhány Magyarországon, illetve külföldön működő mobilkormányzati szolgáltatást, s ezek sikereit és kudarcait elemezve kíséreljük meg választ adni arra a kérdésre, vajon mi lehet az oka e különös és méltatlan mellőzöttségnek.

## **1.2. Az sms-technológia elterjedésének akadályai**

### **1.2.1. Az emberi tényező**

Az ügyfélközpontú közigazgatásra való áttérés elvi szinten prioritásnak számít, a megvalósítás azonban számos akadályba ütközik. Az anyagi és a technikai, technológiai nehézségeken túl a legfőbb akadályt az évszázados rossz struktúrákat és hagyományokat máig őrző, elavult közigazgatási rendszerben szocializálódott köztisztviselői kar jelenti, amely a rendszerváltás után másfél évtizeddel sem mondható felkészültnek egy ilyenfajta váltásra, új szemléletmód átvételére. Mindez megnehezíti, hogy a közigazgatás különböző szintjeinek szereplői olyan beruházásokról döntsenek – sőt, komolyabb változtatást igénylő lépésekre szánják el magukat –, amelyeknek gyümölcse „kizárólag” a korábbinál elégedettebb ügyfél. Az ügyfélbarát közigazgatás megvalósításának ugyanis alapfeltétele, hogy mindenekelőtt a közigazgatás ügyfelekkel kapcsolatba kerülő szereplői váljanak „barátságossá”.

Az elektronikus közigazgatási szolgáltatások pedig éppen a sok bizonytalansági elemet magában hordozó emberi tényező befolyását csökkentik. A mobiltechnológia akár az „ügyfélbarátságosság” fokmérője is lehet, hiszen bizonyos fejlesztések lehetővé teszik a lakosság részéről az azonnali visszajelzést az önkormányzati ügyfélkezelés minőségéről.

Az alternatív ügyfélkezelést állandó pozitív visszacsatolás jellemzi: az ügyfelek csak akkor állnak át a hagyományos metódusokról valami újra, ha az valóban működik, ha az számukra tényleg hasznos. A munkahelyeken ingyenesen elérhető, illetve fix díjért akár otthonról is korlátlanul használható internetes megoldásokkal szemben különösen igaz ez az sms-technológiára, amelyért – ha nem is túl nagy összeget, de mindenképpen – fizetni kell. Az sms-technológia ezért biztos garanciája annak, hogy az erre épülő közigazgatási megoldások valódi szolgáltatások. Itt végleg megfordul a logika. Nincs kiszolgáltatva az ügyfél, hiszen csak akkor használja e szolgáltatásokat, ha abból tényleges előnye származik.

### **1.2.2. Szabályozatlan ügykezelés**

Az e-közigazgatás megteremtésének elengedhetetlen alapfeltétele a tipizálás:

„A tapasztalatok az mutatják, hogy az elektronikus kormányzati fejlesztések sikere sokkal inkább a közigazgatási működés átalakításától, mint a szoftverek és hardver-eszközök fejlettségétől függ. Ezért az e-kormányzati stratégiának a kevésbé látványos, de nélkülözhetetlen közigazgatási működési folyamatok korszerűsítését kell elsődlegesen segítenie.” <sup>4</sup>

Ma nincsenek például egyértelmű szabályai annak, hogy egy ügyiratnak milyen stádiumokon kell végighaladnia, nincsenek dokumentálva az ügykezelés fázisai. A közigazgatás korszerűsítési programja e téren alapvető változásokat hozhat, ami kihatással lehet az sms-technológia alkalmazási gyakoriságára is.

### **1.2.3. A technológia korlátai és előnyei**

Az sms-technológia sajátosságaiból fakadóan csak rövid üzenetek küldésére alkalmas. Ezért meg kell találni azokat az alkalmazási lehetőségeket, amelyekkel nem túl hosszú, hasznos információk juttathatók el nagy számban a lakossághoz (például hol tart egy ügy intézése, milyen dokumentumokra van szükség stb.), illetve fordítva, amelyekkel a lakosság üzenhet a hivatalnak („üzenjen a polgármesternek!”, „jelentse be problémáit sms-ben!”, véleménykérő szavazás). Tipikusan alkalmas a technológia például ügyintézési időpont kérésére. Mivel ez a közszolgáltatók részéről valóban innovatív gondolkodást igényel, így egyelőre csak elvétve akadnak alkalmazható példák.

### **1.2.4. Adatbiztonság**

Az sms-ben történő adatforgalom ma Magyarországon nem biztonságos. Az sms a GSM-szolgáltatók

szóhasználatában úgynevezett aszinkron szolgáltatás, vagyis az üzenet küldése és fogadása között idő telik el, akár órák vagy napok is, mialatt az üzenet a szolgáltató központjában pihen. A központban pedig az üzenet – elvileg – hozzáférhetővé válik.

Ugyanakkor nem ez az egyetlen biztonsági kifogás. A biztonságos adatforgalom két alapvető ismérve a bizalmasság és a letagadhatatlanság, vagyis hogy harmadik személy ne férhessen hozzá az üzenethez, és az üzenet küldője és feladója is egyértelmű legyen. Fontos, hogy mindez harmadik szereplő előtt is bizonyítható legyen.

Ez a kérdéskör nem különíthető el az elektronikus aláírás problémájától. Ennek ma már mind a hardver-, mind a szoftverigénye megoldott, illetve könnyedén elérhető. A mobiltelefonos adatforgalomnál azonban alapvetően megoldandó feladat, hogy bármiféle periférikus eszköz csatlakoztatása nélkül azonosítható, bizalmas és letagadhatatlan üzeneteket lehessen küldeni. Ha ezek a feltételek nem teljesülnek, megszűnik a mobiltelefon magas szintű elterjedtségéből származó előnyök sora.

A bizalmasságot és a letagadhatatlanságot a gyakorlatban az üzenet megerősítésével lehet elérni. Vagyis amikor az üzenet küldője az adott telefonszámra továbbítja a kívánt információt, onnan válaszüzenet érkezik a következő szöveggel: „Az ön üzenete a következő volt: (...) Megerősíti?” Erre a telefontulajdonos az igen vagy a nem billentyű megnyomásával válaszol. Ezt a megoldást egyébként Finnországban már széles körben alkalmazzák, Magyarországon egyelőre egyetlen cég sem mutatott hajlandóságot ennek megvásárlására és üzemeltetésére.

Magyarországon is létezik már azonban cég, amely rendelkezik azzal a szoftverrel, amelynek segítségével a mobiltelefonos sms-üzenetek megfelelnek a fenti biztonsági követelményeknek.

## **2. Sms a közigazgatásban**

Az alábbiakban néhány olyan, sms-technológián alapuló, közhasznú, illetve közszolgálati megoldást gyűjtöttünk össze, amelyek sikernek örvendenek a felhasználók körében, és példaértékűek lehetnek a közigazgatás és a közszolgáltatók számára. A működő modellek ismerete az első lépés afelé, hogy ezek, a lakosság mindennapi életét, eligazodását, ügyintézését segítő technológiák elterjedjenek.

Tanulmányunk az sms-szolgáltatásokat nyújtó cégekkel, szervezetekkel készített interjúkon alapszik.

### **2.1. Interaktív önkormányzat: Pestimre-Pestszentlőrinc**

Az önkormányzat és a lakosság közti kapcsolattartás hatékony formáját valósították meg Budapest egyik kerületében, Pestimre-Pestszentlőrincen. A városrészben élők által küldött sms-ek egy számítógépes monitoron jelennek meg az ügyfélszolgálaton, ahol vagy azonnal megválaszolják őket, vagy továbbküldik az illetékes osztályokhoz.

#### **2.1.1. A szolgáltatás leírása**

„Küldjön sms-t a polgármesternek!” Ez a felszólítás, valamint egy mobiltelefonszám jelenik meg az önkormányzati újság minden számában. A lakosság ennek segítségével közvetlenül kapcsolatba léphet az önkormányzattal, elintézhethet bizonyos ügyeket, kérdéseket intézhet a hivatalhoz, panaszt és javaslatokat tehet, valamint megoszthatja tapasztalatait az illetékesekkel. Az ügyfélszolgálat 24 órán belül válaszol a megkeresésekre, illetve ha az ügy bonyolultabb, a terminálnál dolgozó munkatárs közbenjárásával eljut a kérés az illetékes ügyosztályra vagy hivatalba. A számítógépes rendszer, amelyet a Westel/T-Mobile dolgozott ki, nyilvántartja a megkeresések tartalmát és időpontját, valamint az adott választ is.

#### **2.1.2. A szolgáltatás költségei**

A szolgáltatás a lakosoknak kevesebbe kerül, mint egy normális, Westel/T-Mobile-hálózaton belüli sms.

#### **2.1.3. A szolgáltatás fogadtatása**

Az sms-ügyfélszolgálat egy időben indult az üzenetrögzítő ügyfélszolgálattal, azonban sokkal népszerűbbnek bizonyult. Az ügyfélszolgálat havi átlagos sms-forgalma 1500 üzenet.

#### **2.1.4. A szolgáltatás előnyei**

Az egyszerű kapcsolattartás segítségével javul a hivatal lakossági megítélése, hiszen az apparátus gyorsabban tud reagálni az eseményekre, a napi problémák elintézésének ideje lerövidül. Segítségével az önkormányzati cégekkel való kapcsolattartás is felgyorsul. Ugyanakkor a lakosság egyre aktívabbá válik, és joggal érezheti úgy, hogy választott képviselői és a hivatal szívében viselik a sorsát, és figyelnek a jelzéseire. Az új kommunikációs lehetőség nemcsak a demokráciatudatot, de a politikai kultúrát is javíthatja.

## **2.2. Sms-riadólánc a képviselőknek**

Ez a szolgáltatás Budapest Pestimre-Pestszentlőrinc és Óbuda-Békásmegyer kerületeiben már évek óta működik.

### **2.2.1. A szolgáltatás leírása**

A rendszer célja a polgármesteri hivatal és a képviselőtestület közötti kapcsolattartás. A képviselőket kör-sms-ben értesítik az aktuális ülésekről, gyűlésekről, teendőkről, küszöbön álló önkormányzati eseményekről.

## 2.2.2. A szolgáltatás költségei

Normális sms-tarifa.

## 2.2.3. A szolgáltatás fogadtatása

A szolgáltatás nagyon kedvező fogadtatásnak örvend mind a hivatal, mind a képviselők részéről. A szolgáltatás az sms-technológia egyik legkézenfekvőbb alkalmazása, a közigazgatás szereplői között mégsem terjedt még el.

## 2.2.4. A szolgáltatás előnyei

A rendszer lényegesen hatékonyabbá, gyorsabbá és közvetlenebbé teszi a polgármesteri hivatal és a képviselőtestület közötti kapcsolattartást. Ez a hivatal és a képviselők számára egyaránt könnyebbséget jelent.

## 2.3. A hajdúszoboszlói kísérlet

A legátfogóbb sms-re épülő közigazgatási kísérlet Hajdúszoboszlón zajlik az egyetemi kutató, a piaci és az önkormányzati szektor összefogásával. A város meglehetősen sokat tett már ezt megelőzően az internetalapú ügyintézés megteremtéséért.

Hajdúszoboszló önkormányzata jó ideje dolgozik azon, hogy a lakossággal sms-ben is tarthassa a kapcsolatot. A városvezetés abból indult ki, hogy míg a lakossági internethozzáférés jó esetben is csak 15–20 százalékos, a népesség legalább 70 százaléka rendelkezik mobiltelefonnal. A kiépülőben levő szolgáltatás a hivatal és az ügyfél részéről egyaránt előre megtervezett, programozott típusformátumokkal működik: kódolt kérdésekre automatikus válaszüzeneteket küld.

### 2.3.1. A szolgáltatás leírása

Hajdúszoboszló önkormányzata 2003 szeptemberében kezdte el a lehetséges felhasználók regisztrálását. A városi médián keresztül felhívást intéztek a lakossághoz, hogy „igen” vagy „nem” üzenet elküldésével közöljék: használnák-e a mobiltelefonjukat hivatali ügyintézésre. Az ott élők egyelőre nem regisztráltak tömegesen. A próbaként elküldött regisztrációs sms-ünkre azonban azonnal megérkezett a válasz: „Üzenetét köszöni a polgármesteri hivatal. Fogadoidónk: (...). Hivatali információ: (telefonszám).”

A rendszerfejlesztés igazgatásszakmai hátterét a hajdúszoboszlói hivatal szakértői adják. Az infrastruktúrát, az alkalmazások programozását, a rendszerfelügyeletet, a hétórás élőhangos ügyfélszolgálatot, a statisztikák elkészítését, valamint a lakossághoz a válasz-, illetve a tömeges üzenetek küldését a Digitania Rt. biztosítja.

### 2.3.2. A szolgáltatás költségei

Hajdúszoboszló Önkormányzata a rendszer kiépítésére eddig egymillió forintot költött. Lakossági oldalról a szolgáltatás emelt díjas (64 forint + áfa). Ennek bevételeiből üzenetenként – a mobilszolgáltatókat illető közel 50 százalékot, plusz az automatikus válaszüzenet költségét levonva – körülbelül tíz forint jut a fejlesztőknek. Ez az összeg a fejlesztő céget illetné, de a cég az első kísérleti évben lemondott a pénzről az önkormányzat javára.

### 2.3.4. A szolgáltatás fogadtatása

A szolgáltatás egyelőre nem hozott átütő sikert a lakosság körében. A csekély érdeklődés feltehetőleg annak is köszönhető, hogy a jelenlegi opciók a felhasználók számára még nem nyújtanak többet, és nem jelentenek nagyobb kényelmet sem, mintha telefonon érdeklődnének. Talán a tervezett kiegészítő szolgáltatások beindulása után többen érzik majd hasznosnak az új technológia alkalmazását.

### 2.3.5. Fejlődési irányok

Hamarosan elindul az ügyintézési információs és az ügyintézési modul. Az első keretében rövid lekérdező üzenet küldésével (például „info felfogadás”) automatikus és azonnali válaszinformáció kérhető az ügyfélfogadási időkről, a hivatali telefonszámokról, az aktuális eseményekről, a programokról, a közigazgatási szolgáltatásokról, a „fenyegető” határidőkről, mint például a helyi adó befizetése. Az ügyintézési információs modul révén hat ügykategóriában kérdezhetők le a konkrét ügyek intézéséhez szükséges információk (például az illeték összege, a szükséges okmányok, dokumentumok stb.). Ezáltal elérhető, hogy a felkészült ügyfél ügyfélfogadási időben keresse meg a hivatalt.

Még inkább így lehet ez majd akkor, amikor elindul az ügyintézési sms-szolgáltatás. A rendszer lehetővé teszi egyes egyszerűbb ügyekben a csak sms-ben történő ügyintézés, amikor a beérkező kérelem alapján lefolytatott eljárás eredményéről az ügyfélnek üzenetet küld a hivatal. Tervezik figyelmeztető üzenet kiküldését is egyes célcsoportok számára, például a méhészek értesítését a permetezésről, a kutyatulajdonosok tájékoztatását a kötelező eboltásról stb.). További hasznos lehetőség az sms-ben történő véleménykutatás, illetve a közösségi szavazás fontos településpolitikai kérdésekben.

## 2.4. A jövő zenéje: sms-ügyfélszolgáltatás az okmányirodáknál

Az okmányirodáknál kialakult, néha már elviselhetetlen sorban állást, a sokszor parázis hangulat kialakulását különböző módszerekkel próbálják megelőzni. Némely okmányirodáknál – komoly informatikai háttér mellett – „nyilvántartási füzetet” vezetnek, máshol sorszámosztó berendezéseket használnak, csekély eredménnyel. Az általános tapasztalat az, hogy az jut be aznap az ügyintézésre, aki a leghamarabb érkezett.

Az okmányirodák túlterheltségének, az ügyfelek elégedetlenségének megszüntetése, a személyes ügyintézés megvalósítása előzetes időpont automatizált „egyeztetésével” oldható meg. A módszer bevezetését egy társadalmi szervezet, az Első Magyar Technopolis kiemelten közhasznú társaság (Technopolis) kezdeményezte. A Technopolis 2001 őszén közvetlenül a Belügyminisztériumnak (BM), közvetve 165 okmányirodának adott át 165 darab idősoroló rendszert. Az okmányirodákat segítő és szervező informatikai rendszer célja az, hogy az ügyfelek a lehető legrövidebb időn belül és a legkevesebb utánajárással juthassanak hozzá az okmányaikhoz. Az adomány egy Linux operációs rendszerrel működő MSI gyártmányú számítógépet tartalmazott, annak perifériáival és egy speciális programcsomaggal. A perifériák közül kiemelten fontos feladat hárult a Falcom GSM modemre.

Az okmányirodák körzetközponti feladatot látnak el, ezért meg kellett oldani, hogy a polgárok felesleges utazás nélkül intézhessék el az ügyeiket. Abból a statisztikai tényből indulva ki, hogy napjainkban az egy főre eső mobiltelefonok száma lényegesen nagyobb, mint az internetet használóké, a távoli helyek és az okmányirodák közötti adatcserét célszerűbb GSM-technológiával megvalósítani. Az okmányirodába érkező időpontkérést, a mobiltelefonról érkező „bejelentkezést” ellenőrzött keretek között kell tartani, hiszen a fiktív időpontkérések felboríthatják az iroda szervezettségét. A kezdeti sikereken felbuzdulva az okmányirodák szakemberei megfogalmazták a továbbfejlesztés, a teljes ügykört lefedő rendszer kialakításának igényét.

Napjainkra kialakult egy olyan ügytípusmodell, amely a napi munkából merítette az alapjait, és teljesen lefedte az okmányirodai munkát. Az ügyfeleknek fontos segítséget jelent, hogy az ügytípusokhoz elkészültek a segédletek, a „mit hozzon magával” típusú listák, amelyeket az ügyintézésre váró személy valamilyen formában (papír, e-mail) megkap, így a tényleges ügyintézés már felkészülten és hatékonyan folyhat.

A rendszer például arra is képes (ha ismert az ügyfél GSM-telefonszáma), hogy váratlan üzemzavar esetén – felajánlva az új időpontot – sms-ben értesítse az ügyfelet a problémáról, megelőzve a felesleges várakozást.

A rendszert használó okmányirodától a helyszínen vagy távolról lehet időpontot kérni. Személyes megjelenéskor az ügyfél – az intelligens terminál segítségével – saját maga vagy a recepciós munkatárs segítségével kezdeményezi az ügyintézés. A polgárnak lehetősége van elfogadni a kapott időpontot, de választhat egy másik, számára megfelelőbb napot is.

Hatalmas előrelépés lesz a kísérleti szakaszban már üzemelő új bejelentkezési forma, amellyel az ügyfél bizonyos kulcsszavak használatával saját mobiltelefonjáról indíthat kérést. Ebben az esetben az ügyintézés időpontjáról sms-ben kap értesítést, a szükséges iratokról pedig e-mail útján tájékoztatja a rendszer.

A rendszer 2003 végén 12 okmányirodában üzemelt, 2004-ben azonban már az ország összes okmányirodájában bevezetik. <sup>5</sup>

### **3. Sms a köz szolgálatában**

#### **3.1. Sms az oktatási szférában**

2001 óta rendkívül sikeresen működik az Országos Felsőoktatási Felvételi Iroda (OFI) és a Pannon GSM közös akciójában az a szolgáltatás, amelynek keretében a felvételiző diákokat tájékoztatják vizsgájuk eredményéről. A rendszer a felvételi vizsga különböző fázisaiban folyamatosan közli a diákokkal a felvételi teljesítményüket.

##### **3.1.1. A szolgáltatás leírása**

A diákok a felvételi lapon feltüntetett telefonszámukkal automatikusan regisztrálják magukat a rendszerbe. Először május elején, a regisztrációs levél postázása után küld üzenetet az OFI. Ebben a levélben nyugtázza a felvételre jelentkezés tényét. Így az a jelentkező, aki nem kapta meg a küldeményt, még időben intézkedhet. A következő üzenetek a közös érettségi-felvételi és az egységes írásbeli vizsgák megírása után érkeznek. Ezekben az OFI arra emlékeztet, hogy a feladatsorokat és a megoldásaikat megtalálják a honlapján. A legfontosabb üzenetek a ponttárolók megállapítása után érkeznek. Sms-ben tudatják, hogy hány pontot ért el a jelentkező az adott vizsgákon, és hogy a választott szakra hány ponttól lehet bekerülni. Ezzel az információval felszerelkezve a jelentkezők már tudják, hogy hol kezdhetik meg a tanulmányaikat. Ha a felvételi nem sikerült, az utolsó sms-ben a pótfelvételiéről küldenek tájékoztatást. A több mint 600 ezer sms-t a Pannon GSM Pannon Futár nevű rendszere küldi el.

##### **3.1.2. A szolgáltatás költségei**

A szolgáltatás a felvételizők számára ingyenes.

##### **3.1.3. A szolgáltatás fogadtatása**

2003-ban már harmadik alkalommal volt elérhető a szolgáltatás. 2003-ban 160 ezer jelentkezőből 137 ezren regisztráltak magukat a rendszerben, ez az összes felvételiző 85 százalékát teszi ki. A szolgáltatás tehát ebből a szempontból rendkívül sikeresnek mondható. A rendszer egyszerű, és rendkívül kevés adminisztrációt, utánajárást igényel a felhasználó részéről, ezért is lett nagyon népszerű.

##### **3.1.4. A szolgáltatás előnyei**

A szükséges minimumra csökkenti a felvételizők várakozási idejét, és nem igényel külön utánajárást.

#### **3.2. Iskolai osztályzat sms-ben**



Magyarországon elsőként egy szegedi cég vállalkozott arra, hogy az általános és középiskolás tanulók szüleinek elektronikus úton küldi el gyermekeik iskolai osztályzatait, intőit, hiányzásait, illetve lehetőséget biztosít a gyerekek tanáraival való kétirányú elektronikus kommunikációra. Ma már az országban több helyen is nyújtanak hasonló szolgáltatást.

### **3.2.1. A szolgáltatás leírása**

Háromféleképpen lehet megtudni, illetve elküldeni az információkat: e-mailben, sms-ben, illetve úgynevezett virtuális osztálynapló segítségével. A programot a sulinfo fejlesztette ki.

### **3.2.2. A szolgáltatás költségei**

A szolgáltatás ára havi bruttó 1000 forint.

### **3.2.3. A szolgáltatás fogadtatása**

A szolgáltatás egyre növekvő népszerűségnek örvend, és további iskolákban is tervezik a bevezetését.

### **3.2.4. A szolgáltatás előnyei**

Az sms-ben történő osztályzatküldés ötlete elsősorban a tanár és szülő közötti félreértések elkerülése érdekében született meg. Nemcsak a gyermek esetleges füllentésének, a vele történtek elhallgatásának veszi elejét, hanem a tanár-szülő kapcsolatot is aktívabbá, élőbbé teszi. A szülő arról is időben értesül, ha a gyermek esetleg nem azért nem ment iskolába, mert elcsavargott, hanem valami baja van.

## **3.3. BM-segítség gépjárművásárlóknak**

A használt gépjárművek adásvételének biztonságosabbá tétele érdekében 2002 májusában a BM Központi Adatfeldolgozó, Nyilvántartó és Választási Hivatal (továbbiakban: nyilvántartó) új sms-szolgáltatással jelentkezett. Ennek segítségével másodpercek alatt egyértelműen kiderül, hogy a megvásárolni szándékozott autó eredete tiszta-e, vagyis nem körözi-e a rendőrség, illetve nem lopott-e.

### **3.3.1. A szolgáltatás leírása**

A szolgáltatást igénybe vevők a gépjármű rendszáma alapján információt kapnak az adott jármű gyártmányáról, típusáról, színéről, illetve arról, hogy körözi-e. A szolgáltatást jelenleg a Pannon GSM és a Westel/T-Mobile hálózatáról lehet igénybe venni. Előbbiről a 06 90 626 789, utóbbiról pedig a 06 90 635 789 telefonszámra kell sms-ben elküldeni a kiválasztott autó forgalmi rendszámát, és néhány másodpercen belül megjön a válasz a fenti adatokkal. Az adatok a nyilvántartó által folyamatosan karbantartott adatbázisból érkeznek, automata segítségével.

### **3.3.2. A szolgáltatás költségei**

A Pannon GSM hálózatáról bruttó 475, a Westel/T-Mobile hálózatáról pedig 500 forintért vehető igénybe a szolgáltatás. A szolgáltatás árából mintegy 400 forint a nyilvántartót illet.

### **3.3.3. A szolgáltatás előnyei**

Az elküldött adatok ismeretében kisebb az esélye annak, hogy véletlenül lopott autót vásárolunk. Nagyon gyorsan, a vásárlás helyszínén juthatunk információhoz, mindenféle utánajárás, sorban állás nélkül.

### **3.3.4. A szolgáltatás fogadtatása**

A szolgáltatás rendkívül népszerű, naponta több százan élnek a lehetőséggel.

### **3.3.5. Fejlődési irányok**

A szolgáltatás kiterjeszhető lenne a Vodafone-felhasználók, valamint a vezetékes, de sms-küldésre képes készülékek szolgáltatásainak igénybe vevői számára is.

## **3.4. BRFK: segélykérés sms-ben**

Elsősorban a siket és a nagyothalló állampolgárokra gondolt a Budapesti Rendőr-főkapitányság, amikor 2001. június 11-én elindította sms-segélykérő szolgáltatását.

### **3.4.1. A szolgáltatás leírása**

A Siketek és Nagyothallók Országos Szövetsége és a Budapesti Rendőr-főkapitányság között létrejött megállapodás értelmében a rendőrség központi ügyeletén sms-fogadófelületet üzemeltet a siket és a nagyothalló állampolgárok segítésére. A Budapesti Rendőr-főkapitányság a hozzá beérkezett üzenetek alapján közvetítő szerepet lát el az élet- és vagyonbiztonságot veszélyeztető esetekben a rendőrkapitányságok, valamennyi társszerv, a mentőszolgálat, a tűzoltóság, a közszolgálatok és a szolgáltatásokban érintett intézmények, továbbá valamennyi ismert segélyhívó és tudakozó felé. Az sms-fogadófelületre érkező üzenetek vételét a kifejlesztett program automatikusan visszaigazolja az azt küldő félnek. A Siketek és Nagyothallók Országos Szövetsége folyamatosan tájékoztatja a szövetség tagjait a szolgáltatás által kínált lehetőségekről, felkészíti a hallássérülteket az sms-hívószám használatára. A segélyhívások a BRFK központi ügyeletén kiépített terminálra érkeznek, ezért azokra a rendőrség azonnal reagál.

### **3.4.2. A szolgáltatás költségei**

A rendszert a Pannon GSM üzemelteti. A rendőrségnek és a felhasználóknak is ingyenes. Az sms-fogadófelület felügyelete nem kíván többletmunkát a rendőrségtől.

### **3.4.3. A szolgáltatás fogadtatása**

A 2001 júniusa és 2003. december eleje között eltelt másfél évben mindössze 388 sms-üzenet érkezett a rendőrségre. 2002-ben kévessel többen vették igénybe a szolgáltatást, mint az első évben, 2003-ban azonban csak fele annyian, mint az első két évben. A 388 megkeresésből csak 15 alkalommal használták a szolgáltatást segélykérésre, a többi esetben információt, tanácsot kértek, valamint olyan eseményeket jelentettek be, amelyekben nem volt közvetlen veszélyhelyzet. A szolgáltatás tehát nem mondható kifejezetten sikeresnek.

### **3.4.4. A szolgáltatás előnyei**

A siketek, illetve a nagyothallók számára gyakorlatilag ez az egyetlen lehetőség, hogy veszély esetén segítséget hívjanak. Ugyanakkor a rendőrség közreműködésével egyéb közszolgáltatókkal is azonnali kapcsolatot vehetnek fel mobiltelefonjuk segítségével.

## **3.5. Áramügylek sms-ben**

A Budapesti Elektromos Művek Rt. ügyfélszolgálatának részbeni tehermentesítése volt a cél, amikor sms-ügyfélszolgálati rendszert indítottak el 2003. szeptember közepén. A szolgáltatást az ELMŰ egy 2002-ben végzett felmérésre alapozta, amelyben két hónap alatt 28 ezer ügyfél mobiltelefonszámát regisztrálták, ennyi fogyasztó jelezte a cégnek, hogy szeretné „áramügyleit” sms segítségével intézni. Egy másik akciójuk során 1400 hátralékos ügyfelet értesítettek udvarias sms-ben arról, hogy lejárt a számlájuk, aminek hatására még ugyanaznap csaknem 800 ügyfél rendezte tartozását. Az sms-ügyfélszolgálatban az egyszerűbb kétoldalú kommunikáció egyik lehetséges módját látja az ELMŰ.

### **3.5.1. A szolgáltatás leírása**

Az sms-ügyfélszolgálat igénybevételéhez a fogyasztónak először saját telefonjáról (amelyet a rendszer felismer) kell elküldenie tizenkét jegyű fogyasztói számát egy megadott telefonszámra. A sikeres regisztrációt a szolgáltató visszaigazolja, ettől a pillanattól kezdve az ügyfél mobiltelefonján intézheti az áramügyleit. A rendszer csak meghatározott formátumú üzeneteket képes kezelni, amelyeket az intézni kívánt ügy jelével kell kezdeni, ezután a 12 jegyű fogyasztói számot kell beírni. Valamennyi üzenetet \* jellel kell lezárni. Az sms-ügyintézéshez tehát valamennyi funkció kódját ismerni kell. Ily módon elintézhető - a regisztrációval összefüggő alapfunkciókon kívül - a mérőállás bejelentése, a részfogyasztás módosítása, a postai csekk kérése, de lehet számlával, illetve hátralékkal kapcsolatos reklamációt is tenni, valamint általános információt szerezni.

### **3.5.2. A szolgáltatás költségei**

Normális sms-tarifa.

### **3.5.3. A szolgáltatás fogadtatása**

Egy hónappal a szolgáltatás elindítása után 1850 ügyet intéztek sms-ben. Ez az érintett háztartásoknak csupán ezreléke.

### **3.5.4. A szolgáltatás előnyei**

Az áramszolgáltató részéről kevesebb munkát igényel az ügyfélszolgálattól, hiszen a rendszer 2003. december 1-től automatikusan működik. Az ügyfél akkor intézi az ügyét, amikor akarja, nem várakoztatják, és megtudja az intézkedéshez szükséges információkat.

### **3.5.5. Fejlődési irányok**

Első lépésben az ügyintézési lehetőségek körének kibővítése a cél. Az ELMŰ hosszú távon azt szeretné elérni, hogy az sms-szolgáltatással a telefonos ügyfeleket fokozatosan az internetalapú kommunikációra szoktassa. Ez tehát csak az ugródeszka az internetes ügyintézéshez, amelyet a tervek szerint elektronikus banki átutalási lehetőséggel is kiegészítenek.

## **3.6. ParkTel: az intelligens parkolórendszer**

A ParkTel szolgáltatása egyelőre Budapest egyes kerületeiben és néhány nagyobb városban könnyíti meg az autósok dolgát. A rendszer segítségével 2002 októbere óta a Budapesti Önkormányzati Parkolási Kft. által üzemeltetett, a legfontosabb utak melletti parkolóhelyeken a járművezetők a szolgáltatást mobiltelefonjuk segítségével, előre kifizetett kontójuk terhére vehetik igénybe. 2003 novemberében a főváros IX. és XIII. kerületében, a Nagy- és Kiskörúton, az Andrásy úton, a Baross utca, az Üllői út, a Bajcsy-Zsilinszky út egy részén és a Keleti pályaudvar környékén lehetett fizetni a parkolásért mobiltelefon segítségével. Ez a budapesti parkolóhelyeknek mintegy tíz százalékát jelenti.

### **3.6.1. A szolgáltatás leírása**

Aki Budapest bizonyos kerületeiben mobiltelefonja segítségével kíván parkolni, vásárolnia kell egy ParkTel kártyát,

valamint regisztrálnia kell mobiltelefonszámát és gépkocsija rendszámát. Ezt személyesen a rendszert üzemeltető parkolási cég ügyfélszolgálatán és az interneten is megteheti, a [www.parktel.hu](http://www.parktel.hu) honlapon. A parkolás kezdetekor a regisztrált autós hívást kezdeményez a szintén regisztrált SIM kártyájáról a parkolóórán megadott telefonszámra, ekkor a virtuális parkolóórája elindul. A parkolás befejezését ugyanezen telefonszám felhívásával kell jelezni. A parkolóórt a szélvédőre elhelyezett ParkTel matrica tájékoztatja a fizetés módjáról. Az aktiválásról az ór saját információs rendszerén győződhet meg. A parkolás árát a rendszer levonja a ParkTel kártyán lévő összegből.

### **3.6.2. A szolgáltatás költségei**

A ParkTel fejlesztését az i-Cell Kft. végezte, saját forrásaiból fedezve a költségeket. A Budapesti Önkormányzati Parkolási Kft. bérleti díjat fizet, így a társaságot terhelő költségek nem haladják meg a készpénzes vagy chipkártyás rendszer költségeit. A mobilhívással aktivált parkolásért a cég a standard árat számítja. A telefonhívás ingyenes. A parkolási cég a parkolás befejezését választható módon válasz-sms-ben nyugtázza. Ebben közli a parkolási időt és költséget (az sms ára húsz forint).

### **3.6.3. A szolgáltatás fogadtatása**

Tizennégy hónappal a szolgáltatás elindítása után mintegy 2000 ügyfél regisztrálta magát a rendszerben, és parkol segítségével kisebb-nagyobb rendszerességgel. Ez a budapesti autósok mintegy négy százalékát teszi ki. Bár a szolgáltatás életszerű, gondot jelenthet, hogy csak a főváros bizonyos részén működik, valamint a reklámkampányok ellenére sok autós a mai napig nem tud a lehetőségről. A potenciális felhasználók attól is tartanak, hogy esetleges műszaki hiba miatt az előre kifizetett kártyáról az üzemeltető cég több pénzt emel le, mint amennyi megilleti – tehát ellenőrizhetetlen a parkolásért kifizetett összeg.

### **3.6.4. A szolgáltatás előnyei**

Nincs szükség aprópénzre, és ha már ismert a parkolási zónához rendelt telefonszám, nem kell elsétálni a parkolóórához. A parkolási időt nem kell megbecsülni, és nem kell időközben újra pénzt bedobni. Nem kell észben tartani, hogy meddig tart a parkolási idő, és ha az autós távozáskor elfelejt jelzést küldeni a távozásról, a rendszer kikapcsol két óra után. A ParkTel-szolgáltatásnak több, autóval rendelkező cégek számára kifejlesztett változata is működik.

### **3.6.5. Fejlődési irányok**

A szolgáltatásnak Budapest egész területére való kiterjesztésével jelentősen megnövekedhet a használók száma. Felmerült, hogy az előre kifizetett ParkTel-kártya helyett a mobiltelefon-számlával lehessen fizetni a szolgáltatásért, esetleg átutalással. Ezek lehetőségeit a Budapesti Önkormányzati Parkolási Kft. még vizsgálja, ám mindenképpen többletköltségeket vonnának maguk után. A mobilszámlás fizetés az adózás szempontjából is problémákat vet fel, ugyanis a parkolás és a telefonálás áfa-tartalma nem egyezik meg, és az előbbié nem igényelhető vissza.

További előrelépést jelentene, ha a rendszerbe mobiltelefon segítségével lehetne belépni, erre jelenleg csak interneten keresztül vagy az ügyfélszolgálaton, személyesen van mód.

## **3.7. Szerencsejáték sms-ben**

Megrögzött szerencsejátékosok részére újabb kényelmi szolgáltatással állt elő a Szerencsejáték Rt. 2003 szeptemberében. Sms-en lehet fogadni az ötös- és hatoslottó, a totó, a góltotó, a kenő és a skandináv lottó nyerőszámaira. A szolgáltatást a játékosok előre megvásárolt kártyájuk terhére, típusüzenetek segítségével vehetik igénybe. A játékosokat, illetve a nyerteseket PIN kód segítségével azonosítja a Szerencsekártya Rt., bonyolult műszaki megoldásokat nem alkalmaztak.

### **3.7.1. A szolgáltatás leírása**

Az sms-en keresztüli fogadás lehetőségét bármelyik mobilszolgáltató előfizetője igénybe veheti egy normáldíjas telefonszámra küldött sms segítségével. Ehhez vásárolnia kell a Szerencsejáték Rt.-től egy Szerencsekártyát, vagy Bankkártya-szerződést kell kötnie. Az előbbi meghatározott összegű, az utóbbi tetszőleges keretet tesz elérhetővé a szerencsejátékos részére.

Ezután következik a regisztráció, amely során az igénylőnek meg kell adnia az sms-fogadásra használt SIM kártya telefonszámát, a fogadó igényétől függően egy négyjegyű sms-kódot és a fizetési módra vonatkozó azonosítót. A regisztráció lényege, hogy egymáshoz rendelje a bankkártyára vonatkozó azonosítót vagy a Szerencsekártya számát és azt a telefonszámot, amelyről a pénzügyi tranzakciót is kezdeményező fogadási műveletet végre lehet hajtani. A Szerencsekártya számát a fogadónak saját érdekében ajánlatos titokban tartani, mert ennek alapján fizetik ki a nyereményeket. A regisztráció után hat órával lehet az első fogadást elküldeni a megadott egységes formátum szerint.

### **3.7.2. A szolgáltatás költségei**

A kártyáról az aktuális fogadás díját veszi csak le a rendszer, pluszköltség nincs.

### **3.7.3. A szolgáltatás fogadtatása**

A Szerencsejáték Rt. együtt méri a telefonos, az internetes és az sms-fogadások számát, ezért külön adatok nem

állnak rendelkezésre. Ugyanakkor 2003. szeptember 20-a, az sms-fogadás lehetőségének bevezetése óta megduplázódott azoknak a fogadásoknak a száma, amelyeket nem a lottózókban tettek. Ehhez azonban egy minden addigot meghaladó nyeremény által kiváltott lottóláz is hozzájárulhatott.

### **3.8. A jövő zenéje: az sms-ben lekérhető útvonalajánló**

Elméletileg egy év alatt kifejleszthető lenne az a rendszer, amelynek segítségével a Budapesten autózók a lehető leggyorsabban érhetnék el úticéljukat.

Az interneten már létezik egy térkép, amelyen különböző színek jelzik az utak terheltségét. Az sms-es, mobil eléréshez azonban több adatra volna szükség, ha egészen pontosan akarnak tájékoztatni a város adott részeinek forgalmi helyzetéről. Mivel a helyi adottságok miatt a burkolatba építhető jelzőműszerek nem jelentenének hosszú távú megoldást, a fejlesztő Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem terveiben szerepel, hogy e célra videokamerákat szerelnek az utak mellé, valamint a BKV azon buszait, amelyek nem buszsávon közlekednek, műholdas követővel szerelik fel. A műholdas járműkövetés egyébként már ma is működik egyes taxitársaságok járműveiben, a személyfuvarozással foglalkozó cégek azonban eddig nem ajánlották fel az együttműködésüket. További lehetőség a közterület-felügyelet gépjárműibe szerelt mobil helymeghatározó és sebességmérő rendszerének használata.

## **4. Néhány példa a külföldön elérhető szolgáltatásokra**

### **4.1. Véralás: Sri Lanka**

Az MTN Networks Sri Lankában működtetett, az Egészségügyi Világszervezet által is elismert szolgáltatása lehetővé tette, hogy sms-ben keressenek véradókat és egyeztessenek vércsoportot olyan kritikus helyzetekben, amikor társadalmi válsághelyzet idején hiány van vérből. [6](#)

### **4.2. Programajánló: Rushmoor, Egyesült Királyság**

Az angliai Rushmoor városában nagy sikert hozott az Infotxt elnevezésű kezdeményezés, amelynek során rövid szöveges üzenetben tájékoztatják a városlakókat – és elsősorban a fiatalokat – az aktuális szórakozási, időtöltési lehetőségekről. Az üzenetküldésben közreműködő cég munkatársai úgy vélik, hogy a kezdeményezést a jövőben más célokra is ki lehet próbálni, például árvíz-megelőzési információk küldésére vagy útkarbantartási munkálatokra való figyelmeztetésre. [7](#)

### **4.3. Adóbevallás: Norvégia**

Norvégiában lehetőség nyílt arra, hogy az emberek az adóbevallásukat sms-ben küldjék be. A norvég adóhivatal az első a világon, amely bevezeti ezt az új rendszert. Az sms-szolgáltatás azoknak az adófizetőknek könnyíti meg a dolgát, akik az ország földrajzi adottságai miatt postán keresztül nem tudják elküldeni a nyomtatványt. Nekik már elég csak egy sms-t küldeniük, amely tartalmazza a befizetett összeget, egy adóazonosító számot és egy PIN kódot. Az üzeneteket a központi hivatal rendszere hagyományos formára alakítja, persze ehhez szükség van az adatok (munkahely, állandó bevételi források) folyamatos bejelentésére sms-ben vagy wap-on keresztül. [8](#)

### **4.4. Traffipax: Norvégia**

Két norvég cég, az smsFun.no és a Cellus.no olyan szolgáltatást kínál, amely sms-ben figyelmezteti a gépkocsivezetőket arra, hogy hol számíthatnak radaros bemérésre. Ehhez egy sms-t kell küldeniük, amelyben megadják, hogy hol vannak, illetve mely körzetben szeretnék megtudni, hogy van-e „traffipax”. Norvégiában a törvény tiltja a radar, illetve a lézerdetektorok használatát, ugyanakkor nem tér ki az sms-re. [9](#)

### **4.5. Vonatjegyvásárlás: Helsinki**

Finnországban Helsinki közlekedési vállalata elindított egy olyan új szolgáltatást, amelynek segítségével mobiltelefonon keresztül is lehet vonatjegyet venni. A rendszert úgy alakították ki, hogy a felhasználók sms-t küldenek egy szervernek, amely néhány perccel később egyfelől megerősíti a rendelést, másfelől „virtuálisan eladja” a jegyet. [10](#)

### **4.6. „BKV”-jegy: Bécs**

A bécsi tömegközlekedés utasai jegy és bérlet helyett a mobiltelefonjukat dughatják az ellenőrök orra alá. 2003. szeptember 20-ától ugyanis már sms-ben is válhatnak jegyet az utazók. A digitális napijegy vásárlásához csupán egy sms-t kell küldeniük a megadott telefonszámra, majd vissza kell igazolniuk a vásárlást. Fizetni az úgynevezett payboxon keresztül lehet, amely a jegyvétel regisztrálását követően automatikusan levonja az ügyfél bankszámlájáról a jegy ellenértékét. Ezután az utas sms-jegyet kap a telefonjára, amely az érvényességre vonatkozó információ mellett az ellenőrzéshez szükséges adatokat is tartalmazza. [11](#)

## **5. Összegzés**

### **5.1. Tapasztalatok**

Kutatómunkánk során az egyik legérdekesebb tapasztalat az volt, hogy Magyarországon jóval több mobiltelefon-alapú szolgáltatás létezik, mint amennyiről a szélesebb közvéleménynek tudomása van. Ezek közül a legsikeresebbek azok, amelyek valódi igényeket elégítenek ki: ezek jobbára csak rövid információt tartalmaznak,

mégis komoly értéket képviselnek a szolgáltatást igénybe vevők számára.

Kiemelt szempont az információ megszerzésének gyorsasága, amire tipikus példa a felvételizők sms-kiértésítő rendszere. Ebben a körben mindenki szeretné minél hamarabb megszerezni a vizsgálóival kapcsolatos tudnivalókat, az eredményekről már nem is beszélve. E szolgáltatás sikerességében szerepet játszhat az is, hogy az a tizenéves korosztály használja, amely életének már szerves részévé vált a mobiltechnológia.

A gépjármű-lekérdező rendszer azt bizonyítja, hogy az emberek hajlandók akár több száz forintot is áldozni, ha egy adott pillanatban gyorsan hozzájuthatnak a nagy értéket hordozó információhoz, vagyis ahhoz az adathoz, hogy a megvásárolni szándékozott autó nem lopott, és nem szerepel a BM körözési listáján. Egyúttal arra is jó példa ez, hogy a közigazgatás is képes olyan értékes szolgáltatásokkal előállni, mint a tisztán piaci szféra.

A felsorolt alkalmazások között akad több olyan is, amelynek sikertelensége feltehetően a túlbonyolítottságban gyökerezik. Ilyen például az sms-parkolási rendszer. Ez esetben szerepet játszhat a tartózkodásban a telefonon keresztül történő fizetéssel szembeni bizalmatlanság is. (Mint néhány külföldi példán keresztül érezkelhettük, a bizalmatlanság más országokban jóval kisebb.)

Úgy láttuk, hogy valóban nagy szerepe van az innovatív gondolkodásnak: egy jó ötletre alapozva – ilyen például az sms-leckekönyv – egészen széles skálán lehet szolgáltatásokat nyújtani.

Figyelemre méltóak azoknak az önkormányzatoknak a sikerei, amelyek a lakossággal folytatott kommunikációban nyúltak az sms lehetőségéhez.

Egyelőre a működő szolgáltatások között alig akad olyan, amely túlságosan érzékeny adatok továbbításával foglalkozna, így nem merülnek fel az adatbiztonsággal kapcsolatos gondok sem. Ennek persze főleg az a magyarázata, hogy az állampolgári ügyek intézésénél csak igen kis számban vetődött fel az sms-technológia alkalmazása. A piaci szférában viszont viszonylag egyszerű megoldásokat alkalmaznak mondjuk az ügyfél azonosításra – például a szerencsejáték nyereménye azé, aki igazolja, hogy ő az adott SIM kártya tulajdonosa.

Az általunk elemzett esetek többségében nem kísérte komoly reklámkampány a szolgáltatás bevezetését, ami komoly akadály lehet a felhasználói kör dinamikusabb növekedésének.

A legtöbb – szinte kísérleti stádiumban lévő – szolgáltatás ma még nem törekszik a nyereségességre, bár néhány esetben világosan érezkelhető, hogy a jövőben akár komoly profitot is termelő vállalkozássá válhat.

## 5.2. Ajánlások

Kutatásunk alapján az alábbi szempontok figyelembevételét ajánljuk:

1. Az önkormányzati, közigazgatási körben, illetve a felhasználói oldalon ismertté kell tenni a jól működő mobilkormányzati szolgáltatási projekteket.
2. További mintaprojektek – akár költségvetési – finanszírozására lenne szükség. A létező példák és az új projektek tapasztalatait szociológiai módszerekkel kellene elemezni.
3. Állami források bevonásával lépéseket kell tenni a mobil-adatbiztonság fokozására.
4. Előnyös pénzügyi konstrukciókat kell kialakítani, amelyek alapján minimum nullszaldóssá válhatnak a mobilkormányzati szolgáltatások, és igénybevételek a lakosságot sem terheli meg anyagilag.

## Lábjegyzetek

1

A mobiltelefon-használók 7–8 millió közötti száma csak becsülhető, hiszen egyesek két vagy esetleg három szolgáltatónál is előfizetők lehetnek, míg mások előfizetésük ellenére időlegesen vagy huzamosabb ideig nem használják a készüléküket. A mobiltelefon-előfizetések száma 2003 negyedik negyedévében 373 ezerrel emelkedett, ez ötszázalékos növekedés az előző negyedév végéhez viszonyítva, vagyis a tavalyi év végén 7,9 millió előfizetővel számoltak. A megelőző év végéhez képest összesen közel 1,1 millióval (mintegy 15 százalékkal) nőtt a mobiltelefon-előfizetések száma. A feltöltőkártyás (pre-paid) előfizetések száma a negyedik negyedévben 220 ezerrel (4%), az utólag fizetett (post-paid) mobiltelefon-előfizetések száma pedig 153 ezerrel (9%) nőtt. Az új ügyfelek 59 százaléka választotta a feltöltőkártyás, 41 százalékuk az utólag fizetett mobiltelefon-előfizetést. Annak ellenére, hogy a negyedik negyedévben több feltöltőkártyás előfizetést értékesítettek, mint utólag fizetett, a megoszláson belül a feltöltőkártyás előfizetések száma valamelyest csökkent, 78,4 százalékról 77,5 százalékra. A 100 lakosra jutó mobiltelefon-előfizetések száma 10,5 százalékponttal 78,3-re emelkedett a 2002. év végi 67,8-ról, és 3,7 százalékpontos volt az emelkedés az előző negyedév végéhez képest (KSH Sajtóközlemény, 2004. március 4.).

2

A más mobiltelefonos funkciók iránti bizalmatlanságot jelzik a következő adatok. A cégvezetők csupán három százaléka véli úgy, hogy vevőik biztosan élnének a mobiltelefonos fizetés lehetőségével, míg negyedük szerint ez csak valószínű – derült ki a GKI Gazdaságkutató Rt., a Westel Mobil Távközlési Rt. és a Sun Microsystems Magyarország Kft. közös, 2003 szeptemberében nyilvánosságra hozott kutatásából. A túlnyomó többség, 70 százalék szerint viszont ügyfelek és vevők elutasítanák a mobiltelefonos fizetés lehetőségét.

3

A Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS) alig említi a mobiltelefonban rejülő lehetőségeket. A Levegő- és zajvédelem című alfejezet az Országos Légszennyezettségi Mérőhálózat (OLM) tájékoztató rendszerének továbbfejlesztését irányozza elő. Ezt az eKörnyezet programfüzet is megemlíti. A Meteorológia alfejezetben az ilyen típusú információk felhasználókhöz történő eljuttatásának korszerű módjairól, ezek fejlesztéséről (internet, sms stb.) esik szó.

Az eMunka stratégiában a következő szerepel: „A tudás megszerzésének új módjai, különös tekintettel a távoktatás, az e-learning és a mobiltelefonos képzés egyre növekvő szerepére olyan képzési eljárások és tananyagok kialakítását teszik szükségessé, amelyek egyrészt segítik az e-munka végzéséhez kapcsolódó általános és speciális ismeretek elsajátítását, másrészt általános példát mutatnak az egyéb ismeretanyagoknak a távoktatás és a mobiltelefonos képzés igényei, lehetőségei szerinti leghatékonyabb kidolgozására.”

4

Deák László belügyminisztériumi főtanácsos. ITOSZ konferencia, Visegrád, 2004. április 22.

5

Magyar PC Magazin, 2004. II. 01.

6

<http://index.hu/tech/mobil/smsver0530/>

7

<http://www.ittk.hu/infinit/2002/1212/egov1.html>

8

<http://ma.hu/page/hir/ac/0/35486/1>

9

<http://hirek.prim.hu/cikk/20795>

10

<http://hirek.prim.hu/cikk/30448>

11

<http://www.uj szo.com/clanok.asp?cl=70203>



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

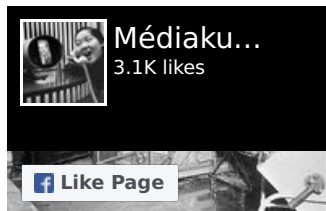
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Szemtanú

# Győrffy Miklós, Martin József és Wisinger István a rendszerváltás médiájáról

Lapunk „Szemtanú” címmel új rovatot indít, amelynek célja felidézni az időben mind jobban távolodó rendszerváltás médiával kapcsolatos eseményeit. Az esetenként vállaltan szubjektív beszámolók első részében Győrffy Miklós a *Magyar Rádióban*, Martin József a *Magyar Nemzetnél*, Wisinger István pedig a *Magyar Televízióban* bekövetkezett változásokra emlékezik vissza. Az interjúkat a *Médiakutató* nevében Rádai Eszter készítette.

„Ez egy nagy összjáték volt”

Győrffy Miklós

**Rádai Eszter: Szerinted mikor kezdődött el és meddig tartott a *Magyar Rádióban* a rendszerváltás?**

Győrffy Miklós: 1986-ban kezdődött, és 1989 végéig tartott, nagyjából a négyigenes népszavazásig. De helyesbíték, a dolog már 1982 körül elkezdődött. Nagyon bátortalanul, szórványosan, apránként próbálgatta, aki próbálgatta, mennyit lehet... És egyre többet lehetett. Azért mondtam az előbb 1986-ot, mert akkor volt a forradalom 30. évfordulója, és mi még valamikor tavasszal elhatároztuk, hogy a Bagolyban csinálunk egy sorozatot az 56-ot megelőző korszakról: az összes fontos eseményt és fordulatot feldolgozzuk, Nagy Imre visszatérését, a Petőfi-kör vitáit és a többi, és az egész október 23-ával ért volna véget, természetesen, hiszen november 4-ig nem mert az ember gondolatban sem elmenni.

**Rádai: Beadtatok egy tervet a sorozatról, és beleírtátok, hogy október 23-ával fog befejeződni?**

Győrffy: Nagyjából, nem emlékszem pontosan, valahogy így. Muszáj volt.

**Rádai: És azt válaszolta a főszerkesztő és az elnök, hogy mehet?**

Győrffy: Nem, először azt mondták, hogy „hát, nem biztos, hogy ez jó lesz”. De mivel aztán semmi papír nem jött, elkezdtük. Lement az első műsor, lement a második. Az elsőnél csak a fogukat szívták, a másodiknál már konkrétan nehezményezték, hogy Vásárhelyi Miklós beszél benne. És valamelyik alelnök írt egy cédulát, hogy ha folytatni akarjuk, akkor X-et, Y-t és Z-t is kérdezzük meg, nekik föltétlenül benne kell lenniük a műsorban, például Király Istvánnak vagy a *Népszabadság* mindenkori főszerkesztő-helyettesének, Rényi Péternek, ilyen nevek voltak arra a papírra fölírálva. Visszaszóltunk, hogy nem, ezeket nem vállaljuk. Na, még egy műsort megcsinálhattunk, de ezzel a harmadikkal gyakorlatilag be is tiltódott a sorozat, úgyhogy akkor ez elhalt.

**Rádai: Ki vette át tőletek a műsort, ki „hallgatta le”? Akkor tudniillik még létezett a Rádióban az úgynevezett szuperlektor intézménye...**

Győrffy: Nem ő, hanem maga a főszerkesztő, Réger Tóni. Aki kicsit mindig be volt ijedve... Különben nagyon rendes ember volt, „Jaj, mit csináltok, mit csináltok?”- mondta mindig röhögve. És értsük meg, hogy ő ezt nem meri vállalni, csak ha valakivel megoszthatja a felelősséget. És akkor kitaláltam, legyen a műsor másik átvevője Márton Anna, a tudományos szerkesztőség vezetője, aki aztán, ha mondjuk többször szerepelt egy műsorban a „forradalom” szó, azt mondta, egyet vegyünk ki belőle, egyet hagyjunk, egyszer mondjuk, hogy sajnálatos események, egyszer, hogy októberi események, de azt sosem kellett mondanunk, hogy ellenforradalom. Így történt az első három alkalommal, aztán - mondom - a sorozat elhalt. A következő „győzelmünk” - ezt idézőjelben mondom, mert valójában akkor győztek le bennünket, amikor akartak - 1988. június 16-án volt, egy úgynevezett rádiós napon, amire azt találtuk ki, hogy csinálunk egy reggeli Bagolyt, egy déli Bagolyt és persze egy éjszakai Bagolyt, szóval három műsort. Hogy miről fog szólni a három műsor? Jó ideig hallgattunk, de végül - igaz, az utolsó pillanatban - muszáj volt megmondani. „Milyen érdekes, hogy ma 30. éve hirdettek ítéletet a Nagy Imre-perben - mondtuk -, készítünk egy naptárat.” Erre nagyon megijedtek. „Semmi - mondtam -, előveszem az akkori *Népszabadságot* (már régen nálunk volt, természetesen), az utolsó oldalán van egy kolumnás írás az ítéletek indoklásával, sok más esemény ismertetése mellett ezt is felolvasom.” Erre elhívták a meghallgatásra a „Hárs elvtársat”, Hárs Istvánt, az elnököt. A főszerkesztői szobában zajlott a dolog, egy színész olvasta fel azt a néhány



bekezdést, amit kivettünk az újságból, amikor Hárs egyszer csak azt mondta: „Álljunk le, ezt nem írhatta a *Népszabadság*.” Rögtön előhúztam az újságot, ő végigolvasta, aztán azt mondta, hogy „ez hihetetlen. Hát ezt nem lehet leadni”. Mondom: „Miért nem?” „Mert ez annyira vérlázító.” Nem biztos, hogy ezt a kifejezést használta, de ez volt az értelme: hogy ami abban a *Népszabadságban* van, az vérlázító. Mondtuk: „hát sajnos így történt... De ha nem adjuk le, akkor nem lesz déli Bagoly sem, meg esti Bagoly sem. Mi ezt leadtuk, mi ezt elhatároztuk, elterveztük, elkészítettük, tisztességesen megcsináltuk.” Nem volt ebben semmi bátorság, egyszerűen ott voltak a tények. És akkor megállt az ajtóban, és azt mondta, ő most elmegy, nem ő szerkeszti a műsort, tegyünk, amit jónak látunk. És még hozzátette: „Tudom, Gyórfy, hogy maga legszívesebben ezt a Nagy Imrét rehabilitálná.” Mondom: „Ha már így kérdezi, természetesen.” Erre nem szólt semmit, behúzta az ajtót és elment.

Volt egyébként ennek az esetnek egy előzménye: mielőtt dugába dőlt a már emlegetett másik kísérletünk, készítettem négy-öt interjút a kivégzettek özvegyeivel, Maléter Judittal, Halda Alízzal és a többiekkel, akik elmondták, hogy szeretnék a hozzátartozóik földi maradványait megkeresni, és tisztességesen eltemetni. Nekik ehhez joguk van, de hiába fordulnak a hivatalossághoz. Mondtam, majd én megpróbálom őket ebben a magam eszközeivel képviselni, de senki nem állt kötélnek, hogy válaszoljon. Erre az elnökhöz fordultam, mondván, ez az ő hatásköre, segítsen, ki legyen az? Egy ideig tipródott szegény, megértem utólag, akkor persze állandóan sürgettem, és néhány hét múlva azt mondta: „A Fejti elvtárs fogadja.” Hatalmas iroda, Fejti elvtárs nyájasan fogadott, és azt mondta, hogy „Gyórfy elvtárs – halkán beszélt, suttogva szinte abban az irgalmatlanul nagy irodában –, nem aktuális ez ma még. Tudjuk, hogy Gyórfy elvtárs ezen dolgozik, és igen, tudjuk, az özvegyek, ismerjük a problémát.” De nyilván látta rajtam, hogy nagyon dühös és csalódott vagyok, mert közelebb hajolt, és még halkabban azt mondta, hogy „nézze, az újratemetés meg fog történni, csak idő kérdése”. Tudod, hol hittem el neki? Pedig ebben az egyben igaza lett. Hárs pedig erre emlékezett, amikor azt mondta nekem 1988-ban, hogy „maga a legszívesebben újratemetetné őket.”

**Rádai: Beszéljünk kicsit még erről a Bagoly című műsorról, amely 1982-ben indult, és kezdetben Feuer Andrással, később Szénási Sándorral együtt szerkesztetted. A címe azért volt Bagoly, mert éjszaka hangzott el, azokban az időkben ugyanis nagyobb szabadsága volt a műsorkészítőknek éjjel, mint nappal, mert akkor sokkal kevesebben hallgatták a rádiót. Éjszaka olyan dolgokról is lehetett beszélni, amelyenkről napközben semmi szín alatt. Tabutémákról, a nyilvánosságból kizárt vagy ott épp csak megtúrt emberekkel.**

Gyórfy: Kétórás műsor volt a Bagoly, amiben különböző blokkok voltak, közben zene. A blokkokban egy-egy témát jártunk körül. Például volt egy körkérdésünk 1985-86 táján: „Lehetségesnek tartják-e a többpártrendszer Magyarországon?” Mindenféle emberek válaszoltak, az egyik azt mondta, hogy igen, a másik, hogy nem, hát azért mégis, jó az egyben is, a harmadik azt, hogy pluralizmus az egypártrendszeren belül is van, mindenfelét mondtak, egyenként a válaszoknak sok értelmük nem volt, de az egész együtt azért elgondolkodtatott. Szóval ilyen műsor volt a Bagoly.

**Rádai: Nagy bátorság kellett hozzá?**

Gyórfy: Nem tudom, mi nem bátrak akartunk lenni, csak műsort készíteni arról, ami bennünket érdekelt. Egyszer például, amikor éppen megint kitaláltunk valami csiklandósat, azt mondtam a Feuernak, az nem lesz jó, hogy mindig csak olyan dolgokkal foglalkozunk, amikről a pesti értelmiség beszél. Kell, hogy legyen a műsorban valami – Hanák Pétertől loptam a fogalmat, ő persze más jelentéssel használta – a vegetatív népeletből. Ezután majdnem mindegyik műsorban volt valami ilyen. Elmentünk például – Szabó Zoltán *Cifra nyomorúsága* nyomán – azokra a helyekre, ahol annak idején megfordult, öregasszonyokkal beszélünk, megkerestük a kocsordi unitáriusokat, akik – a gróffal szemben, aki nem akart a diplomára pénzt adni – fogták magukat, és fölverték az unitárius vallást, idős bácsik, nénik meséltek régi történeteket, és ezek nagyon fontos és érdekes beszélgetések voltak. Ma már az ilyesmiről leszoktam, főleg mert azok, akiknek akkor eszükbe sem jutott, a népet és a nemzeti gondolatot népszerűsítendő, örökké kapcászagú marhaságokat akarnak nyomtatni. Szóval, a Bagolyban ilyesmi volt, mert érdekes műsort akartunk csinálni, amit meghallgatnak az emberek. Aztán volt egy nagy körkérdésünk, több műsoron át: „Van-e ma zsidókérdés Magyarországon?”

**Rádai: Pedig akkoriban azt a szót, hogy zsidó, nem lehetett kiejteni a Magyar Rádió műsoraiban. Emlékszem, letiltották egyik kollégánk ártatlan beszélgetését Kardos G. Györggyel arról, miként gondolkoznak a dologról a világ különböző részein.**

Gyórfy: Tudom. Mi azt találtuk ki, hogy visszautalunk arra a nagy ankétra, amit egykor a *Huszádik Század* című folyóirat rendezett a témáról. Megkérdeztünk mindenféle embereket, ezt is, azt is. Nem mondom neveteket, egyetlen antiszemita sem válaszolt a kérdésre. Tudtuk, kik az antiszemiták. Azok, akik most. Hozzájuk is elmentem, győzködtem őket, hogy te mondd el... „Nem kell erről beszélni – mondták –, mert nem szabad...” Ugyanezt mondta a *Rádió* vezetése is, természetesen. Hogy miért kell ezt bolygatni? Mondtam, ez nem bolygatás, csak a *Huszádik Század* ankétjára szeretnénk emlékezni... Hát átláttak a szitán, persze. Mondok mást: Fejtő Ferenc munkásságára én már aránylag rég felfigyeltem, és egy évig dolgoztam azon, hogy elengedjenek hozzá Párizsba. Írtam neki levelet, kedvesen válaszolt, azt írta, nyugodtan, de ebből úgysem lesz semmi, azért szívesen lát egy személyes beszélgetésre. Egyszer aztán valamikor az 1980-as évek közepén, nem is értem, hogyan, elmehettem. Csináltam vele egy nagy interjút, persze nem engedték leadni. Pedig a történetét – hiszen hülye nem vagyok – a távozásával befejeztük. Nagyon jó interjú lett belőle, megvágtam egy órára, 60 percre, és nem engedték le. Nagyon dühös voltam, mert én azt mondtam neki, mikor kimentem, hogy Feri, ezt le fogom adni. Van rá jogosítványom...

**Rádai: Hiszen a cél érdekében korlátoztátok magatokat, öncenzúrát gyakoroltál...**

Gyórfy: Így van, és ezt el is mondtam neki, hogy „a háború utáni tevékenységedről nem beszélünk”. És ezt ő

értette, nagyon is megértette. „Habár – ezt mindig hozzátette –, habár az Agárdi milyen jó könyvet írt rólam.” Agárdi Péter, aki akkor a *Rádió* elnökhelyettese volt. Amikor aztán letiltották a műsort, nála is próbálkoztam: „Péter, rólad is jó véleménnyel van az öreg, szeretne veled találkozni. Mi bajunk van nekünk ezzel az emberrel? Ez egy progresszív gondolkodó, egy kitűnő ember. Mi bajunk van vele?” Na, nagy nehezen aztán leadtuk mégis. Akkor nagy örömmel elküldtem neki a kazettát.

**Rádai: Emlékszel-e arra, milyen színtereken zajlott a *Rádióban* a rendszerváltás? Volt-e ennek valamilyen intézményes formája, vagy csak egyes műsorokban, illetve műhelyekben reflektáltak rá, és a sodródás, a pártirányítás, a vezetés hátrálása vált intézményessé? És melyik műsorokra mondanád még, hogy hasonlóan progresszívak voltak, hogy pozitív szerepet játszottak a rendszerváltásban?**

Gyórfy: Megmondom őszintén, ezzel én nem foglalkoztam, nem is tudtam ezt igazán. Nekem itt mindig megvolt a baráti köröm, ami nem azt jelentette, hogy bográcsgulyást főzünk délutánonként, meg együtt járunk horgászni. De együtt ebédeltünk, és együtt főztük ki, milyen műsort kellene csinálni. Ezek a barátságok a munkáról szóltak, meg a hülyéskedésről. A viccekről. Ezen a körön kívül volt még néhány ember, akinek a teljesítményét becsültem, de valahogy másféle dolgokat csináltak, nem érintkezett a munkánk, de ez nagyon kevés ember volt. És ami azon kívül volt, az engem nem érdekelt. Egyébként ma is így gondolkozom. Amikor aztán elkövetkezett a rendszerváltás – nem akarok igazságtalan lenni, de így volt –, akkor egyre-másra jöttek itt elő a bátor műsorok és a bátor műsorkészítők, és ez engem nagyon feszélyezett. És azt gondoltam, nekem már többet nem kell bátornak lennem.

**Rádai: Melyik műsorokra gondolsz?**

Gyórfy: Nem akarok erre válaszolni.

**Rádai: Vasárnapi Újság?**

Gyórfy: Abban egy ideig dolgoztam. Az úgy kezdődött, hogy Győri Bélának, aki egy szakmailag alkalmatlan, eléggé diktatórikus és elviselhetetlen főnök volt, tarthatatlanná vált a helyzete a *Krónika* élén.

**Rádai: Ráadásul véresszájú kommunista hírében állt...**

Gyórfy: Nem véletlenül. És valahogy ez már akkor nem ment, ezért valami magánéleti okra hivatkozva leváltották. De hogy kárpótolják, kapott egy műsort vasárnap kora reggel, ez lett a *Vasárnapi Újság*, és az volt a terv, hogy politikamentes, semleges műsor lesz. Az első adás iszonyatos bukás volt, még egyet csinált, az is borzalmas volt. És akkor a Hárs meg más vezetők szóltak néhányunknak, hogy nem szabad ezt a Gyórit elveszni hagyni, értékes ember, segíteni kell neki... És hogy Simkó, Rapcsányi és én vállaljunk nála műsorvezetést. Elvállaltuk. Egyszer aztán Bélának az jutott eszébe, mi lenne, ha szereplnének a műsorban ellenzékiek, az biztosan érdekelné a hallgatókat. De nem ismert senkit közülük, ezért hozzám fordult: „Neked vannak ilyen haverjaid, szóljunk nekik.” Azt válaszoltam: „Én nem szerkesztem a te műsorodat.” De adtam neki tíz telefonszámot.

**Rádai: Kikét?**

Gyórfy: Nem szívesen mondanám el. Csurkáét is megadtam például, aztán Konrádét, nem tudom már... Csurkát nem merte felhívni, azt mondta, hívjam fel én. Csurkának azonban eleinte nem volt kedve a dologhoz, csak amikor elkezdődött az erdélyiek tömeges menekülése Magyarországra, akkor valahogyan ráértett a dolog ízére, és attól kezdve éjjel-nappal ez ment, ami önmagában nem volt baj, sőt, csak az az acsargó hang ne lett volna... De tudnod kell, én nem kelek fel vasárnap reggel rádiót hallgatni. Én életemben soha nem hallgattam ezt a műsort, kivéve, amikor én vezettem. Tehát nekem fogalmam sem volt róla, mi van a többiben. Egyszer-egyszer megütött valami két háború közötti hang, valami „keresztény-magyar” dolog, szóval valami ilyesmi, ami azonban engem nem bántott. Csak amikor Csurka végképp kezébe vette a hatalmat valahogy a Bélán keresztül, én nem tudom pontosan, ez hogy volt, akkor hatalmasodott el benne az a durva nacionalista, fajvédő, antiszemita, hungarista hangvétel. Akkor kiszálltam.

**Rádai: Érdekes, hogy eddig nem is említetted a Gondolat-jelet, ami akkor valóságos rendszerváltó intézménynek számított.**

Gyórfy: Később igen, de eleinte – vasárnap délelőtti műsor lévén – abban sokkal kevesebbet engedhettünk meg magunknak. Oda nagyon kellett Bölcs Pista, a főnökünk, óvatos, megfontolt ember, semmi hebehurgyaság. Kétség nem fért hozzá, hogy egyetért velünk, de ha valami nagyon kockázatos dologba akartunk fogni, azt mondta: „Fiúk, ezért seggbe fognak rúgni valamennyiünket.” Később persze már a *Gondolat*-jelben is „elszabadult a pokol”, 1987 végétől, 1988-tól már az összes korábban betiltott könyvről beszélhettünk, Koestlerről, Orwellről, mindenről és mindenkiről. De még fontosabb volt, hogy Barát Józsi, aki abban az időben moszkvai tudósító volt, egyre-másra küldözgette tudósításait a peresztrojka és a glasznosztj áldásos és felszabadító hatásáról a kultúrára, ami kétfenekű dolog volt... Mert Józsi tudósításai arról szóltak, mennyire előrehaladt hozzánk képest a Szovjetunió a nyíltságban és az őszinteségben, pedig egy fenét haladt előre... Sehol sem tartottak, viszont mi hivatkozhattunk rá. Valamelyik évben Szénásival elmentünk Moszkvába, hogy megnézzük, hogy is van ez a nagy haladás. Ránéztünk a Józsi körmére... Nem volt ott semmi. Még mindig a viplafogó minisztériumi emberek beszéltek összevissza hülyeségeket. Elmentünk Bulgakov házához, valahogy megtudtuk a címet. Több ház nyílt egy belső udvarból, a lépcsőház telefirkálva graffitikkal, mindenki odaírt valamit, búcsújáró hely lehetett az a lépcsőház, mi is odaírtuk a magunkét. Közben valami gyerekek is jöttek graffitizni, egyetemistafélék, az egyikkel csináltunk egy interjút. Akkor azonban az egyik lakás ajtaja kinyílt, és kilépett egy ember, és kérte az igazolványunkat. Mint később megtudtuk, az összes lakásban belügyi elvtársak voltak, egy Potemkin-házban voltunk, akik ott a falra irkáltak, mind le voltak videózva. És akkor elkezdtünk – főleg én, aki nem tudok oroszul – ordítózni a rendőrrel.

## **Rádai: Egy rendőr lépett ki a lakásból?**

Gyórfy: Igen. Hogy adjuk oda az igazolványunkat, meg nem tudom micsoda. Én meg torkom szakadtából elküldtem a kurva anyjába. Végül persze megúsztuk valahogy. Szóval ez volt a híres glasznosztly meg peresztrojka, de a Józsi tudósításainak a Taganka Színházról meg a többi ellenzéki és félellenzéki ügyben való előrehaladásról itthon nagy hatása volt.

## **Rádai: Emlékszem, volt egy fantasztikus sorozat akkor a Gondolat-jelben, Szénási beszélgetett Szilágyi Ákossal mindenféle szovjet - korábban tabutémának számító - ügyekről, ellenzékiekről, disszidens értelmiségiekről, betiltott művekről és szerzőkről...**

Gyórfy: Ez egy nagy összjáték volt. Szilágyi Ákos itthon szabadabban beszélhetett, mint kint Barát Józsi, aki csak annyit mondott: a hírek szerint nemsokára kiadják Szolzszenyicint. Persze tudtuk, hogy úgysem adják ki, de ezután már hosszú interjú készülhetett Szolzszenyicinről. Néhány héttel később Józsi azt mondta, nemsokára kiadják a Doktor Zsivágót. Tudtuk, hogy úgysem adják ki, de volt ürügyünk, hogy a Doktor Zsivágóról beszéljünk. És ez az összjáték egész addig ment, amíg egyszer csak már természetes volt, hogy mindenről lehet beszélni.

## **Rádai: A beszélgetésünk elején azt mondtad, a Rádióban 1989 végéig tartott a rendszerváltás. Miért csak addig?**

Gyórfy: Mert 1990-től elkezdődött a harc, a háború a médiáért, és persze a médián belül is, ami agyrém, ami szégyenletes, én is szégyeltem magam miatta. Az egész miatt, úgy ahogy van. Hozzáteszem, hogy ebben az átkozott háborúskodásban, amitől magam igyekeztem félrehúzódní, az én korábbi baráti köröm és azok is, akik azon kívül vannak, de becsültem és becsülöm a munkájukat, egy oldalon álltak, tisztességes álláspontot képviseltek. Ezért nem csalódtam egyetlen barátomban sem. Nem mindenkivel értettem egyet minden egyes részletkérdésben, de senkiben nem csalódtam. Míg azok, akiket kevésbé ismertem, és – hogy mondjam? – egy életen keresztül viszolygással töltött el a tevékenységük, vagy azt sem tudtam, hogy a világon vannak, mert semmivel sem vétették észre magukat, mind a másik oldalon bukkantak föl. De én mégis szégyeltem magam, mert akárhogy is nézzük, Peter Weiss óta tudjuk, hogy akik egy kerítésen belül vannak, azoknak – még ha az egyik közülük kápó, a másik meg fogva tartott is – köztük van egymáshoz. Ezért van nekem is okom szégyenkezni.

## **„Hónapról hónapra, hétről hétre többet és többet lehet mondani”**

Martin József

## **Rádai Eszter: A Magyar Nemzetnél mikor kezdték érezni a rendszerváltás szelét?**

Martin József: Úgy emlékszem, 1987 novemberében, amikor a *Magyar Nemzet* közölte – akkori helyettes főszerkesztőnk, Tóth Gábor Pozsgayval készített interjújának formájában – a lakiteleki nyilatkozatot, amelyben az akkori magyar politikai vezetés egyik tagja először beszélt a nyilvánosság előtt a többpártrendszer lehetőségéről.

## **Rádai: Ön akkor a külpolitikai rovatnak volt a vezetője...**

Martin: Én 1986-ban jöttem vissza Moszkvából, és akkor a külpolitikai rovatnak lettem a vezetője. Bevallom, nem tartoztam azok közé, akik 1986-ban, 1987-ben már tudták, hogy a rendszer össze fog omlani. Nem tudtam, sőt, elképzelhetetlennek tartottam, sokan voltunk ilyenek, még ha most sokan állítják is, hogy már akkor tudták. Én nem tudtam.

## **Rádai: És 1987-ben derült égből villámcsapásként érte ez a Pozsgay-interjú?**

Martin: Természetesen nem, hiszen akkor már a *Nemzet*ben jó ideje igen bátor, kritikus cikkek jelentek meg helyi visszaélésekről, különféle politikai elméletekről, fölfogásokról, tehát haladtunk valami felé, és ezt természetesen észrevettem én is meg mások is, és ennek nagyon örültünk, de én akkor ebből még csak arra következtettem, hogy valami nagy reform készülődik, és talán egy jobb, normálisabb társadalmi rendszer felé megyünk.

## **Rádai: Akkoriban a reformokban való reménykedés annyira benne volt a levegőben, hogy 1988-ban még lapot is indítottak Reform címmel. A gyanútlan olvasók azt gondolták, hogy ez nemcsak a címe, hanem a programja is a lapnak, pedig - mint később kiderült - nem kimondottan jóhiszeműen és jó szándékkal találták ki valahol az MSZMP vezető köreiben.**

Martin: Mert akkor az MSZMP változást, megújulást kívánó és szorgalmazó csoportjai is reformköröknek hívták magukat. Én azzal a mozgalommal – bár magam nem voltam párttag – természetesen rokonszenveztem. De hogy válaszoljak az eredeti kérdésére: az események a szerkesztőségben is akkor gyorsultak föl, amikor a politikában, 1988 végén, 1989 elején megkezdődött 56 átértékelése, és ezzel párhuzamosan Kurcz Béla, kiváló kollégám folyamatosan írta a 301-es parcelláról a cikkeit; s amikor nem jött retorzió, kezdett az ember arra gondolni, hogy itt talán valami másról van szó, mint holmi reformokról. De igazából számomra Nagy Imre újratemetése, tehát 1989. június 16. jelentette azt a határt, hogy „na, vége!” Hogy valami véget ért, s ez már nem reform, hanem a rendszer összeomlása. 1988 közepéig, végéig azonban nehéz volt elhinni, hogy egyetlen puskalövés nélkül fog összeomlani a rendszer. Valljuk be, különösen azokban a körökben, ahol én mozogtam, ahonnan az én családom érkezett, mi inkább egy kicsit félve szemléltük a dolgokat, azt kérdeztük magunktól és egymástól: „Mikor csapnak vissza?” Mert volt már erre példa.

## **Rádai: A külpolitikustól kérdezem: nem érezhettük mi az 1980-as évek harmadik harmadában, hogy a Szovjetunió sajtója Gorbacsov, a glasznosztly és a peresztrojka idején kicsit szabadabb, mint a miénk, egy lépéssel előttünk jár? Úgy emlékszem, volt néhány hónap, amikor az ottani politikáról szabadabban**

## **lehetett itthon beszélni, mint a magyarországról.**

Martin: Ebből elég sokat éreztem, hiszen 1986-ig moszkvai tudósító voltam, 1985-ben is, amikor Gorbacsovot főtítkárrá választották. A Szovjetunióra még inkább igaz, amit az előbb a magyar viszonyokra mondtam: elkezdődött ugyan a glasznosztj meg a peresztrojka, abban azonban nem mert senki reménykedni, annyira valószínűtlen volt, hogy a Szovjetunió – mint állam és mint rendszer – nemsokára kártyavárként omlik össze. Csak a máltai csúcsértekezlet idején vált nagyjából világossá, illetve kicsit előbb, az NDK kiválásakor és a német újraegyesítéskor, hogy az erőforrásai annyira kimerültek, és elengedi Közép-Európát.

Azzal azonban vitatkozom, hogy az ottani sajtó szabadabb lett volna, ha mégis ilyen látszat keletkezett, annak az volt az oka, hogy az ember a szovjet sajtóból kimazsolálgatta a kritikákat, és – anélkül, hogy bizonyos tabukat érintett volna, például az egypártrendszert, az emigrációt, a Varsói Szerződést stb. – az életről megpróbálta a valóságot megírni. De ők mérhetetlenül hátrább voltak, mint mi. A politikai rendszerük, a sajtó, a gazdaság összehasonlíthatatlanul centralizáltabb volt, mint a miénk. Tehát azt gondolom, optikai csalódás áldozatai lehettek az itthoni olvasók.

**Rádai: Visszatérve a magyar viszonyokra: a Magyar Nemzet akkor az országos napilapok között milyen pozíciót töltött be? 1988-ban és 1989-ben még a Hazafias Népfront lapja volt, legalábbis ez volt a fejlécére írva. Ugyanakkor a Népszabadságnak az MSZMP volt a gazdája, és Berecz János a főszerkesztője, a Magyar Hírlapnak, a kormány félhivatalos lapjának a már nem létező Lázár-kormány egykori szövegírója, Bajnok Zsolt.**

Martin: A *Nemzet* főszerkesztője 1982 óta Soltész István volt, aki korábban – ha nem tévedek – a Tájékoztatási Hivatalnak volt az elnökhelyettese. De abban, hogy Kurcz Béla írhatta a sorozatát, hogy Javorniczky István, Császár Nagy Laci, Boros Pista kiváló riportokat írtak, hogy nívós, az akkori közlési határokat feszegető írások jelentek meg Szendrei Lőrinc, Lócsei Gabriella, Csatár Imre, Ember Mária, Murányi Gábor s sok más kolléga tollából, hogy ragyogó tárcákat olvashattunk, a főszerkesztőnek is volt érdeme. Aki talán azzal a megbízatással érkezett a *Magyar Nemzet*hez, hogy rakjon rendet, mert sok a szerkesztőségben a „jobboldali elhajló”, de meghallotta az idők szavát, és az MSZMP-n belüli reformoldalra állt, ami akkor azt jelentette, hogy az Aczél-vonal helyett a Pozsgay-vonalat választotta. Anélkül természetesen minden másképp alakult volna.

**Rádai: Ez furcsa, paradox helyzet, egyúttal kegyelmi pillanat volt a magyar sajtó és média történetében, valamiféle interregnum, amikor a régiék már nem mertek, az újak pedig még nem tudtak beavatkozni. A Magyar Nemzet – ahogyan a Magyar Rádió is egy korábbi párttitkár, Hajdú István elnöksége idején – akkor volt a legszabadabb.**

Martin: Igen, ez pontosan így volt. A *Nemzet*re mint a Népfront lapjára korábban az a szerep volt kiosztva, hogy a párton kívülieket, az „útitársakat”, a „haladó értelmiséget” – ahogyan ezt akkor mondták – próbálja az akolba beteregni, amit bizonyos tekintetben sikerrel teljesített is: mindenki, aki egy picit mást akart olvasni, mint ami a *Népszabadság*ban volt, az a *Magyar Nemzet*et olvasta, hiszen maga a Népfront is arra alakult egykor, hogy a párton kívüli erőket valahogyan integrálja. És amint a párton kívüli erők egyre nagyobb és fontosabb szerephez jutottak, úgy jutott nagyobb szerephez a lap is, természetes közege lett nemcsak a rendszerváltó politikai erőknek, hanem mindenkinek, aki a rendszerváltásban érdekelt volt. Itt emlékeztetnék arra, hogy a *Nemzet*nek a „sorok közt írásban” jelentős hagyományai voltak, hiszen ezt tette 1938 és 1944 között, s még a legrendőbb ötvenes évek Boldizsár Iván főszerkesztette *Magyar Nemzet*ébe is bekerültek olyan cikkek, mint Mátrai-Betegh Béla színikritikája a Hamletről, amelyben azt írta, hogy Dánia börtön, de mindenki tudta az utána következő hosszú leírásból, hogy a szerző bizony nem Dániára gondol.

Szóval valami nehezen megfogalmazható szellemi aura, valami összekacsintó, az értékeket megragadó közérzet lengte át ezt a szerkesztőséget mindig, és ebbe csöppent Soltész István is, aki – dicséretére legyen mondva – néhány kísérlet után fokozatosan eltávolodott attól a megbízatástól, amivel hozzánk küldték, és akinek ugyancsak része volt abban, hogy a lap olyanná vált amilyenné: a napilapok között a legreformpártibbá, a legprogresszívebbé, vagy ha tetszik, a legbátrabbá. A bátorság persze nem azt jelentette akkor, hogy „ide lőjete!” – nem erről volt szó; sosem tudtuk, éppen meddig mehetünk el, a falakat tovább lehet-e picit tolni, vagy nem. Ezt próbálgattuk naponta a *Magyar Nemzet*nél, és ebben szerintem akkor egyedül voltunk a napilapok között, mert egy-egy kolléga bizonyosan volt a többi lapnál is, de intézményesen csak a *Nemzet*nél zajlott így, a régi polgári, elemző-igényes, nemritkán szépirodalmi ihletésű újságírásnak talán ebben a szerkesztőségben voltak legmélyebbek a gyökerei. Gondoljunk csak vissza arra, hogy amikor a pártcsírák kezdtek megalakulni, akkor a politikusok kapva kaptak a szereplési lehetőségen, és a nyomtatott sajtóban először a *Magyar Nemzet*hez fordultak, rajta keresztül értesítették a közvéleményt. És hónapról hónapra, hétről hétre többet és többet lehet mondani. Emlékszem, 1988-ban, a *Magyar Nemzet* 50. születésnapjára szerkesztettünk egy emlékkönyvet, a dolog azonban mindenféle pénzügyi nehézségek miatt eléggé elhúzódott, megszólaltattuk a Népfront akkori főtítkárait is, de mire a könyv 1989-ben megjelent, a Hazafias Népfrontnak már nem sok volt hátra.

**Rádai: Hogyan lett főszerkesztő? Tudom, hogy ez valamiképpen összefügg egy másik fontos – szintén rendszerváltó – folyamattal, a lap privatizálására tett kísérleteikkel, amit először a Hazafias Népfront tulajdonlásával képzeltek el.**

Martin: 1989 őszén merült föl, hogy kellene egy új főszerkesztő, és akkor vetődött föl az én nevem. Nem sok vezetői gyakorlatom volt, viszont már jó hosszú ideje voltam a lapnál, több mint 20 éve, és igen jó kapcsolataim voltak, tulajdonképpen csaknem mindenkivel, a lap különböző csoportjaival. De talán az is szerepet játszott a megválasztásomban, hogy nem léptem be a pártba. Tény az, hogy elég szép többséggel 1989 novemberében megválasztották főszerkesztőnek, Tóth Gábor, Kristóf Attila és Keserű Ernő ellenében. Egyébként nagyon rövid

ideig tartott, amíg azt gondoltuk, hogy a Népfront keres nekünk külföldi partnert.

**Rádai: Viszont nagy árat kellett fizetniük érte, mert néhány jelentkezőt éppen a Népfront hallatlanul merev magatartása riasztott el...**

Martin: Ez így van, 1990. január 11-én a szerkesztőség ezért is határozott úgy, hogy „nem tekinti a *Magyar Nemzetet* a Hazafias Népfront lapjának”. Én egyébként két fontos „kérővel” tárgyaltam, először a Soros Alapítvánnyal, személyesen Vásárhelyi Miklóssal, aztán amikor 1990 januárjában – ez fontos dátum – úgy láttuk, hogy igen jelentős erők mozdulnak meg az ellen, hogy a *Magyar Nemzet* a Soros Alapítványé legyen, és az is látszott, hogy a Demokrata Fórum megnyerheti a választásokat, akkor kölcsönösen úgy határoztunk, hogy inkább ne. És akkor jött a Pethő Tibor által ajánlott svéd Bonnier-csoport; Tibor akkor már a szerkesztőbizottság elnöke volt, 1982-ben ellenében rendelte a szerkesztőség élére a pártközpont Soltészt, és nekem főszerkesztőként első dolgom volt, hogy arra kérjem, térjen vissza a *Magyar Nemzethez*. Máig úgy gondolom, jól tettem. És akkor leültünk a svédekkel tárgyalni, s a tárgyalások nagyon előrehaladtak...

**Rádai: Mekkora rész lett volna az övék a lapból?**

Martin: Az övék lett volna a többségi tulajdon, és a maradék megmaradt volna a szerkesztőségnek. Valószínűleg. De – mint tudjuk – ez az üzlet is kútba esett, noha még az új kormány megalakulása előtt nálunk járt a körüti szerkesztőségben, a New York-palotában az MDF delegációja, Für Lajos, Szabad György és Kulin Ferenc...

**Rádai: Csak nem az MDF számára akarták megszerezni a lapot?**

Martin: Alapvetően nem erről volt szó, sőt Szabad professzor úr nagyon pártolta a svéd kérést. Ezért akkor még nagyon bizakodtam. A szerződés aláírása előtt azonban – az Antall-kormány megalakulása után – hirtelen leváltották a Pallas Lapkiadó akkori vezérigazgatóját, és Horti Józsefet nevezték ki a helyébe.

**Rádai: Antall József egykori – végzettsége szerint halbiológus – osztálytársát.**

Martin: Igen, és leállították a tárgyalásokat, majd egy hosszabb találkozáson a miniszterelnöknél – amelyen Pethő Tiboron kívül többek között az akkori szóvivő, László Balázs és én is részt vettünk – Antall azt mondta, hogy muszáj pályáztatni, mert ez nem megy másként. Többen pályáztak, a két legfontosabb közülük a mi kiszemelt vevőnk, a svéd Bonnier-csoport volt, a Dagens Nyheter tulajdonosa és a kormány, illetve személyesen Antall József által támogatott francia Hersant-csoport. És ez elég alaposan megosztotta a szerkesztőséget, egészen odáig, hogy elterjedt a vélekedés: „ha a Bonnier veszi meg, akkor liberális lap lesz, ha az Hersant, akkor konzervatív”.

**Rádai: Emlékszem, úgy is érveltek, hogy nem jó, ha mindenütt a német, illetve az angolszász befolyás érvényesül, egy francia tulajdonos egészséges ellensúlyt képez.**

Martin: Különféle érveket hoztak fel, például hogy a francia kultúra nagyobb kultúra, mint a svéd, aztán az is elterjedt, hogy ha az Hersant jön, akkor a *Nemzetből* jobboldali, sőt, fasiszta lap lesz, mert ilyen ökörség is elhangzott, ha meg a Bonnier-é leszünk, akkor valami ultraliberális, magyarellenes újság, és ebbe a hangulatba jelentősen belejátszott Csurkák hangulatkeltése is. Azt szoktam mondani, hogy a *Magyar Nemzet* tulajdonképpen azt szenvedte meg, hogy mindenki akarta, olyan nívós volt a „márkanév” és maga az újság is. Tehát a pályázatot kiírták, elbírálására pedig egy háromtagú bizottságot neveztek ki, Kosáry Domokost, Hankiss Elemért és Gombár Csabát. Ők nagyon nagy tekintélyű emberek voltak, a világsajtóhoz meg a lapokhoz azonban nem biztos, hogy ugyanannyira értettek, mint a szakterületükhöz. Tény az, hogy a franciákat hozták ki győztesnek. Ez 1990 nyarán volt, amikor még mindhárman vitathatatlan tekintélynek számítottak a jobboldal szerint is. Később mindegyikük konfrontálódott a kormánnyal bizonyos erőkkel, tehát ezt a kezdeti „ártatlanságukat” ők is elveszítették.

**Rádai: Princz Gábor meg a Postabank hogy került a dologba?**

Martin: Mint tulajdonos; már nem emlékszem, hány százalékban...

**Rádai: Emlékszem, Princz is az Hersant mellett foglalt állást.**

Martin: Igen. Akkor a Postabank éppen ahhoz a kormánnyhoz volt közelebb.

**Rádai: Miért mondott le, amikor az Hersant győzött a pályázaton?**

Martin: Egyfelől azért, mert amihez nekem a legtöbb kedvem volt, a lapszerkesztéshez és az íráshoz, arra főszerkesztőként természetesen alig volt időm, másfelől a Soros Alapítvány után a Bonnier-csoport már a második olyan kiszemelt tulajdonos volt, akivel tárgyaltam, és akit aztán elvetettek, s ezt személyes kudarcként éltem meg. Harmadrészt pedig azért, mert nem akartam szembekerülni Antallal, az első szabadon választott magyar kormánnyal. Ők is tanulták a politikusi szakmát, meg mi is tanultuk, hogyan kell viselkednie a lapnak egy szabad demokráciában. Azt gondolom, mindketten követtünk el hibákat, nyilván én is, nyilván a lap is, de hát hiba nélkül nem szokott lap készülni.

**Rádai: Miért adta el két évvel később az Hersant-csoport a *Nemzetet*?**

Martin: Mert bajba került Franciaországban, különféle anyagi gondjai támadtak, és egymás után vált meg új, közép-európai lapjaitól; s ekkor kezdődtek a különféle tulajdonosváltások.

**Rádai: Ön rövid kitérő után 1999-ben vált meg végleg a *Magyar Nemzettől*. Miért?**

Martin: Ez az *Új Magyarországgal* való egyesülés előtt történt, és az akkori miniszterelnök egyik tanácsadója eléggé alapvetően működött közre eltávolításomban, persze az elbocsátó üzenetet a főszerkesztő adta át. Ezzel fejeződött be a pályafutásom a *Magyar Nemzet*nél, és a *Magyar Nemzet* is új pályára került nem egészen egy év után, mert akkor váltott igazán a lap, mikor Tóth Gábor és a régi gárda túlnyomó többsége elment. Ezután radikálisan jobboldali hangot ütött meg az újság, és azóta is ezen a pályán halad.

### **Rádai: Ön szerint meddig tartott a rendszerváltás a Magyar Nemzetnél?**

Martin: Én azt gondolom, hogy az Antall-kormány a hivatalba lépése után támogatta az intézményrendszer kiépülését, az egész új közigazgatási államszerkezet fölépítését, az új demokratikus rendet. Rendszerváltó lendülete természetesen más irányba fordult, ahogyan az ország is más irányba fordult, hiszen mások voltak a feladatok 1990-ig, és megint mások 1990 után. Közelebb állt a jobbközép koalícióhoz, ez kétségtelen, de azért az 1990-es évek legelején még nagyon sokszínű újság volt. Azért a liberális vagy kifejezetten balra hajló kollégák egy része akkor ott maradhatott. Az a radikális hangütés, amelybe olykor az indulatos gyűlölködés is belefér, és sokszor nélkülözi a tényeket tisztelő elemzést, csak az összeolvadás óta jellemzi a lapot.

### **„Mostantól kezdve egymással szemben két csatornán, egymással versengő műsorok lesznek”**

Wisinger István

### **Rádai Eszter: Volt-e olyan pillanat az egykori Magyar Televízióban, amikor rádöbbenek: most már valami másról van szó, nemcsak a fal távolságának szokásos próbálgatásáról? Amikor bizonyossá vált, hogy véget ért egy korszak, és valami nagyon más következik?**

Wisinger István: Ez a történet 1984-ben kezdődött, amikor – mint a műsorszerkesztőségen dolgozó programfőszerkesztő – írtam egy dolgozatot „A kétcsatornás televíziózás, avagy a választás kínjai” címmel, ami aztán meg is jelent a *Rádió és Televízió Szemle* utódjában, a *Jel-Kép* című negyedéves periodikában. De csak 1986-ban kezdtek komolyan foglalkozni a dologgal, és újabb két év múlva, 1988-ra vált elkerülhetlenné a két csatorna kialakítása. Ehhez azonban a nemcsak pártközpontos, hanem rádiós múlttal is rendelkező Bereczky Gyula megérkezése kellett. Ő volt az a tévéelnök, aki vállalta – és felhatalmazást is kapott rá –, hogy gyökeres belső reformba kezdjen. Ezen kívül kellett az akkori programigazgató, Nemes Péter támogatása is. Ők ketten egyfajta politikai védőpajzsot nyújtottak az intézményen belül elindult, a korábbiaktól eltérő szervezeti és műsorkészítői elképzeléseknek. Mindez nyilvánvalóan következménye volt az egész magyar társadalomban elindult erjedési folyamatnak.

A tanulmányban azt próbáltam körvonalazni, hogy a tévéműsorok közötti „választás kínja” egyfajta társadalmi pluralizmus tükré is, tehát a kétcsatornás televíziózás megteremtésével fel lehet készíteni az embereket bizonyos alternatívák mérlegelésére. Azt írtam, hogy a pluralizmus e formájának megjelenítése elkerülhetetlen, ezért a *Televízió*nak lépnie kell.

Eredetileg Horvát János lett volna a TV1 és én lettem volna a TV2 intendánsa, de megfordult a dolog, mert nem sokkal korábban Horvát János és Endrei Judit műsorvezetésével megindult Hétvégéből létrejött Bayer József kereskedelmi igazgató menedzselésével az MTV nyíltan deklarált kereskedelmi kezdeményezése, az MTV+ az akkor még korlátozott időben működő második csatornán. Ezek tehát már kereskedelmi jellegű, szórakoztató, tematikus napok voltak.

A kinevezés előtt én egyébként épp büntetésben voltam, mivel a Kórház a város szélén című sorozat egyik darabja véletlenül szinkronizálatlanul indult el az adásban, és a fegyelmi vizsgálat nyomán én lettem az egyik bűnbak, mint a hónap programfőszerkesztője. Bereczky 1988 augusztusában a szabadságomat félbeszakítva behívatott, és közölte, hogy szeptember elsejével kinevez a TV1 intendánsának, és az új vállalkozás 1989. január 1-vel indul.

### **Rádai: Ha jól emlékszem, abban a struktúrában a TV1 folytatta a Magyar Televízió korábbi funkcióit, és a TV2 lett volna - az indulásnál még az is volt - a szórakoztató televízió. A mai olvasó nem fogja megérteni, miért volt ez olyan nagy dolog.**

Wisinger: Mert ez volt az első olyan műsorstruktúra, amely egyáltalán nem számolt a hétfői műsorszünettel, és az elsődleges célja az volt, hogy legyen igazi nézhető alternatíva a programban. A másodlagos pedig az, hogy valamilyen formában próbálják ki az emberek a két csatorna közötti választást. Tehát a *Magyar Televízió*ban már az 1980-as évek közepén megindult egy reformgondolkodás, amely szakmai szempontból próbálta megújítani az intézményt. Az 1989 januárjában indult kétcsatornás vállalkozásnak az volt az érdemi „szereposztása”, hogy a TV1 folytatta a *Magyar Televízió* korábbi funkcióit, és a TV2 lett volna a korábbiaktól lényegesen eltérő stílusú, megnövekedett arányban élő programokra épülő és egyes részleteiben kifejezetten szórakoztató televízió. Korábban még másfél csatornára terjedt csak ki az adásidő, hétfőn adásszünettel. És az ideiglenes hétfői adásnapokat is csak akkor vezették be, amikor az SZKP valamelyik kongresszusának nyitó napja éppen erre a napra esett, és kiderült, hogy ez a helyzet tarthatatlan.

1988. december 5-én egy intézményi értekezletet követő sajtótájékoztatón bejelentettük, hogy „mostantól kezdve egymással szemben két csatornán, egymással versengő műsorok lesznek”. Szóval elindítottunk valami új dolgot, de az még nem volt igazán gyökeres változás, mert kevés új műsor indult. Inkább a meglévő struktúrát borítottuk fel, és – mint a pasziánszban – a lapokat új rend szerint osztottuk le. Ez lett volna az első lépcsőfok egy valóban új intézményi rend és műsorfilozófia kitalálásához. Úgy képzeltük, hogy ha az első félév sikeresnek bizonyul, akkor „nagyobb felfordulásra” is felhatalmazást kapunk. Kifejezett szóbeli megállapodás volt az elnökkel, hogy hat hónapig senki nem szól bele az elképzeléseink érdemi megvalósításába.

**Rádai: Miközben az MTV-nél épp, hogy elindult ez a pasziánszjáték, az események rohanni kezdtek. A politikában addig elképzelhetetlen dolgok történtek, az állampárt hátrálni kényszerült, létrejöttek az akkor alternatív szervezeteknek nevezett pártcsírák, hónapokkal korábban a Fidesz, szeptemberben az MDF, novemberben az SZDSZ, a történelmi pártok is újjáalakulóban voltak. És alighogy elindult a két csatorna, 1989 elején létrejött az Ellenzéki Kerekasztal, majd elindult a „tárgyalásos forradalom”...**

Wisinger: Amikor 1989 májusában kiderült, hogy az ígéretekből nem lesz semmi, Horvát János lemondott, én akkor úgy éreztem, hogy irtózatosan pechesek vagyunk, mert hirtelen „szembefújt a történelem”. Ugyanis látszólag mi a szakmai elképzeléseinkkel elébe mentünk a dolgoknak, és ezt néhány dokumentum és az akkori nézettségi adatok is bizonyították. Mert három hónap alatt ötszázezer olyan nézőt hívtunk elő, akik azelőtt nem néztek intenzíven televíziót, tehát a kártyalapok más leosztásával ennyivel növeltük a nézettséget.

**Rádai: Én „új lapokra” is emlékszem, például a „cipzárasnak” nevezett Napzártára...**

Wisinger: Ez a műsor volt az új struktúra legnagyobb találmánya, tudniillik a TV2 szabadabb struktúrával ment, az egyik stúdióból. Úgy döntöttünk, a nap végét nem tervezzük meg, üresen hagyjuk, és aznap döntjük el, miről fog szólni. A példa az volt, hogy „ha Rófusz Ferenc, Szabó István megnyeri az Oscar-díjat, akkor levetítjük a filmjét, vagy ha valami friss politikai esemény van, amit meg kell vitatni, akkor akár egész éjszaka is vitatkozhatunk a televízióban” - olyannyira, hogy a munkacíme Nyitott stúdió volt. Ez volt ennek a történetnek az egyik nagy találmánya, és ez lett a Napzárt, magát a végső címet Horvát János találta ki. A műsorsorozat napi megvalósításában - egyetlen esetet kivéve - én nem vettem részt, csak az ötlet kidolgozásában.

**Rádai: De akkor még nyilván nem gondolták, hogy ez lesz a legerősebb és legérdekesebb politikai televízióműsor, egy valóságos rendszerváltó intézmény...**

Wisinger: Persze, hogy nem. Én akkor egyébként állandó lázban égtem, reggel 6-tól este 8-ig benn voltam a televízióban, de telefonon otthon is folytattuk tovább Horvát Jánossal, mert egy csomó dolgot rögtönözve, egyik napról a másikra kellett eldönteni. A „Házban” meg azt játszottuk, hogy össze vagyunk veszve, hiszen rivális csatornákat vezetünk. Ma is őrzöm a levelet a beosztottaimtól, amelyben azt kérdezik, miért engedem át a 2-esnek a Charles Bronson-sorozatot, ami megdobná a nézettségünket, miközben a 2-es csatorna sokkal kevesebb helyen látható, mint mi. És már az első percben elkezdtek támadni a dolgot. Például Aczél Endre mint főszerkesztő döbbenet tapasztalta, hogy addig a Híradónak három és fél milliós nézettsége volt, mert ha korábban ment is vele szemben film, az csak bolgár vagy iráni, legfeljebb NDK-s lehetett, most meg például egy amerikai sorozat kedvéért a teljes nézettség megnőtt - mint említettem, félmillióval -, de a Híradót egymillióval kevesebben nézték.

**Rádai: Hogyan lett a TV2-ből - ahogyan felgyorsultak az események a politikában - a fontosabb politikai csatorna?**

Wisinger: Mert ott egész nap adva volt az élő adás lehetősége. Az 1-esen megmaradt a régi, hagyományos struktúra, abba nem nagyon lehetett belenyúlni, ebbe pedig bármelyik pillanatban bele lehetett szerkeszteni akármilyen fontos ügyet, és jóval kevesebb kontrollal. De azért sokat változott az első csatorna műsora is, szinte azonnal elindítottuk a korábbi években felhalmozott, betiltott dokumentumfilmek és mellőzött játékfilmek sorozatszerű bemutatását. Ne felejtse el például a Tőkés-interjúkat a Panorámában sem: az a TV1 már nagyon más volt, mint a korábbi MTV.

**Rádai: Említette, hogy Horvát János hamarosan lemondott. Miért?**

Wisinger: Mert azt ígérték, hogy felemelik az előfizetési díjat, és a pluszbevételt odaadják a 2-es csatornának, így az MTV1 költségvetéséből sem kell elvonni az új rendszer többletkiadásaira. Amikor aztán kiderült, hogy valóban felemelték az előfizetési díjat, de a többletbevételt elnyeli a költségvetés, és a tévének mégsem jut több pénz, és közben baromi nagy nyomás volt a kettős csatornán, mert elkezdtek az elért eredményeket megnyirbálni (és ebben házon belüli és kívüli személyek egyaránt szerepet vállaltak), akkor Horvát Jánosnak elment a kedve az egésztől, és lemondott. Elkezdődött egy belső háború az utódlásért, és mire véget ért, addigra a társaság kettészakadt. Először egyébként Vitray Tamást kérték fel, hosszas alkudozás következett, hogy a meglévő helyzetet hozzáigazítsuk az ő elképzeléseihez, amelyek alapja egy másik, menetközben már többször kipróbált kísérlet volt. Ez abban állt, hogy úgynevezett „sporthétvégéket” szervezett az irányítása alatt álló Sport Főosztály és a Pocsik Ilona vezette kereskedelmi részleg. Bizonyos sportesemények köré szervezték a napokat, és külön vásároltak lehetőleg tematikusan illeszkedő játék- és dokumentumfilmeket, illetve egyéb szórakoztató programokat, jelentős reklám- és szponzori bevételeket generálva az ügy finanszírozása. Vagyis Vitray a következő lépést akarta megvalósítani, létrehozva egy valóságos kulturális, sport- és szórakoztató csatornát. Amikor a koncepció elkészült, elmentünk Leányfalura egy egész napos értekezletre, és délben még úgy ültünk le az ebédhez, hogy ő lesz az intendáns, de mire megettük a levest, visszamondta a dolgot, és akkor Baló György vállalta a folytatást. Az ő ambíciója egy, az egyessel teljesen egyenrangú, új kettős csatorna minden eddiginél átfogóbb, alternatív kiépítése volt. A Napzártán sokat finomított, emlékezetem szerint abszolút előnyére. Két nagy dobása a taxisblokádnak és a romániai forradalom témakörében készített szenzációs műsorai voltak. (Csak zárójelben jegyzem meg, hogy ha ez a kísérlet nincs, biztos, hogy nem jutunk el az 1989-es romániai karácsonyi „forradalom” közvetítésének szerintem tartalmi és formai szempontból is egyedülálló karácsonyi „különkiadásaihoz”.)

Közben én is folyamatosan harcban álltam Chrudinák Alajossal, aki a Panorámát mindig az utolsó percben adta le, rendszeresen 15-20 perccel hosszabban, és ezzel nemcsak állandóan szétzilálta a struktúrát, hanem egyfajta privát külpolitikai irányvonalba kezdett, amelynek megítélése nem feladatomban, de kétségtelenül további terheket jelentett az ügy perspektíváját illetően.

Pálffy G. István pedig a Filmszemlén – ez is februárban lehetett – nekirontott az egész korábbi vezetésnek, elsősorban a művészeti és kulturális műsorokat bírálva. Különösen a „Szinétár-féle televízióknak”, mondván, hogy azon milyen lyukak tátonganak a nemzeti kultúra mellőzése miatt, és még mi minden egyéb nagy bűnököt követett el. A rendezvény a Kongresszusi Központban zajlott, Berecz Jánosra határozottan emlékszem, mintha Pozsgay is ott lett volna, de abban biztos vagyok, hogy egyetlen érdemi ellenvélemény sem hangzott el, sokkal inkább Pálffy támogató felszólalások. Az utolsó sorban hol üdögélt, hol ácsorgott Csurka István. Az ő egyik cikke, a „Voltak-e halvacsorák a Hungaroringen?” címmel – elég sajátos „áthallással” – az éppen változásoktól mozgalmas *Televízióknak* is üzent. Arról szól, hogy a magyar értelmiséggel a Kádár-rendszer lényegében a *Televízió* felhasználásával hozott létre egyfajta konszenzusos alkut.

Tehát menet közben zajlott körülöttünk, illetve az intézmény körül egy jelentős politikai vihar, ami halomra döntötte az elgondolásainkat. Ha nem gyorsul fel ilyen ütemben a rendszerváltás, ha lett volna még egy félévünk, akkor a *Magyar Televíziót* ugyanúgy át lehetett volna alakítani, ahogyan a Német-kormány eltávolodott a párttól.

**Rádai: Ön azt mondja, jobb lett volna, ha a rendszerváltás kicsit várat magára, elhalasztják, felfüggesztik, szüneteltetik, mert akkor a Magyar Televízióknak van ideje megreformálni és megmenteni önmagát? Annak a Televízióknak, amelynek még az a Bereczky Gyula volt az elnöke, aki néhány hónappal korábban például – elbocsátás terhe mellett – megtiltotta minden televízióknak a Nyilvánosság Klubba való belépést?**

Wisinger: Nem azt mondom, hogy „jobb lett volna”. Csak azt, hogy az országos események egyszerűen félretoltak egy olyan koncepciót, amelynek lett volna esélye egy korszerűbb szakmai elképzelés érvényesítésére. Nem sokkal később például Ilkei Csaba létrehozta az MDF televíziós szervezetét. Sőt, saját lapja is lett az MDF-nek. Tehát itt kétféle, sőt többféle – mondhatom úgy is – „személyes stratégia és önmegvalósítás” ment szembe egymással. Beindult egy kifejezetten belső, szakmai reform, ami elakadt, másfelől a történelmi események olyan mértékben fölgyorsultak, hogy a politika minden eddiginél jobban rázúdult az intézményre. Hatalmas helyezkedés indult meg a kollegák között, készülődve az átmentésre. Jött a rendszerváltás, és elfújta ezt az egész – belülről kezdeményezett, de természetesen a pártvezetés és a kormányzat jóváhagyásával született – reformot.

Emlékszem, amikor az MSZMP reformkörei tanácskozást szerveztek Kecskemétre, kaptam egy telefont Pozsgaytól, hogy feltétlenül legyek ott, mert nagyon fontos dologra készülnek. Azt sugallta, hogy kivezeti a reformer erőket a pártból. Új párt alakul, és „ott kell lenni bizonyos embereknek, neked is, hogy lássák, hogyan történik ez”. Egyes vélemények szerint az sem látszott lehetetlennek, hogy a következő lépés az lesz, hogy a televíziót is kettéválasztjuk. Ezzel kezdődött a médiaháború, amelyben a *Magyar Televízió* politikai küzdőtérre változott, és a különböző pártok a falai között kezdték vívni a kisded csatáikat. Amikor az év végén – mert már nem bírtam tovább – magam is lemondtam, akkor egy értekezleten, amelyet Pozsgay vezetett államminiszteri minőségében, már nem állt velem szóba. Azt mondta, hogy nem szereti azokat a vezetőket, akik a lapokban üzennek a politikának, és a Híradóban mondanak le.

**Rádai: Ha jól emlékszem, akkor már felállt a Magyar Rádiót és a Magyar Televíziót Felügyelő Bizottság, a hírhedt kuratórium, hiszen Pozsgay köztársasági elnöki jelöltsége miatt erről a funkcióról korábban le kellett mondania. Ezután a nemzeti kerekasztal résztvevőinek – az SZDSZ és a Fidesz kivételével a pártoknak, a kormánynak, a Népfrontnak, a SZOT-nak – a „szakértőiből” létrejött egy kuratórium a filmfőigazgató, Kóhalmi Ferenc vezetésével, Zelnik József és Szilvássy György közreműködésével.**

Wisinger: Igen, Kóhalmi Ferenc lett – mint elnök – a kompromisszumok embere. Akkor már átállt Aczéltól Pozsgayhoz, de a tagok közüli pártdelegáltakon kívül többen is az ő szellemi köréhez tartoztak. Ez a kuratórium – amelyet az egykori Amerikaelenes Tevékenységet Vizsgáló Bizottság mintájára nem minden önrónia nélkül én csak a „Televízióellenes Tevékenységet Vizsgáló Bizottságnak” neveztem – idézett be minket. Annak a meghallgatásnak az a furcsa következménye lett, hogy a kuratórium legitimitását is megkérdőjelező Baló György végül is maradt a helyén, én viszont, aki megpróbáltam együttműködni, felismertem, hogy erre már nincs esély, és az aznapi Híradóban lemondtam. Ha jól emlékszem, ez 1989 novemberének utolsó hetében lehetett. Ugyanis a hivatalos meghallgatás után Kóhalmi visszahívott minket Balóval az irodájába, és hatszemközt arra akart rávenni, hogy vállaljunk tagságot az „úgy nevezett” későbbi kollektív elnökségben Chrudinákkal és Pálffy G.-vel együtt, akiknek Pozsgayn keresztül már nyilvánvaló kapcsolatuk volt az MDF belső köreihez. De csak ezt a két nevet említette. Én ezt nem tudtam, és az egész várható, újfajta fordulatot nem is akartam felvállalni. A Híradóban elmondtam, hogy a megbízatásom időszerűtlenné vált, másra kértek fel, mint amit most elvárnának, az intézmény falain belül gyökeres változás áll be ahhoz képest, amit az 1988 végi sajtóértekezleten megígértünk. A lemondásomat Bereczky kénytelen volt tudomásul venni azzal, hogy 1989. december 31-ig vigyem az ügyeket. Megéreztem és átláttam, hogy az események túlléptek rajtunk. Ugyanis 1988 végén, amikor Bereczky bejelentette a változást, a vezetők közül öten (Grósz, Berecz, Pozsgay, Maróthy és Németh Miklós) külön-külön személyesen ígérték meg négyszemközti beszélgetéseken, hogy az előfizetési díjemelés többletét megkapjuk. A kuratóriumi meghallgatás idején ez a támogatás már nem létezett, mert a pártegység is megbomlott. Én ezt felismerve „adtam vissza nyilvánosan” – a Híradóban elmondott szövegem szerint – a megbízatásomat.

Egyébként az 1988 végi sajtóértekezleten Bereczky kijelentette, hogy a fordulat egyik tudatos reformelemeként az én személyemre azért is esett a választás, mert pártonkívüli voltam. Ez akkor jól hangzott, de semmiféle érdemi jelentősége nem volt, bár korábban, még Kornidesz Mihály elnöksége alatt éppen azért sem lehettem én a műsorigazgató Sándor György leváltása után (ő ugyanis engem javasolt Kornidesznek, aki tudtommal Lakatos Ernőnek fel is vetette ezt a gondolatot), mert nem voltam párttag. Helyébe a Pártközpont Nemes Pétert küldte az MTV ezen fontos posztjára. Ezzel is jelezve, hogy továbbra sem szakmai, hanem politikai kérdés a műsorszerkesztés.



**Rádai: Hogy ne áruljak zsákhamacskát, el kell mondanom, hogy én akkor az Önétől teljesen eltérő, azzal ellentétes pozíciót képviseltem, hihetetlen módon örültem a rendszerváltásnak, és egyáltalán nem érdekelt, hogy az közben esetleg szembe ment az MSZMP és benne Bereczky Gyula - kénytelen-kelletlen vállalt - reformjaival.**

Wisinger: Mi is pontosan tudtuk, hogy ebbe ők nem jókedvükben mentek bele, hanem mert nem volt más választásuk. Találtak két baldóvert, akik komolyan vették magukat, és ők meg elhitték rólunk, hogy ezt szakszerűen le tudjuk bonyolítani. Ha mi nem vagyunk ott kéznél, és nincs a fejünkben készen az egész, akkor talán még ennyi sem történik. Amikor a parlamentben Békesi és Németh Miklós egy sajtótájékoztatón arról beszélt, hogy „itt a tét rendkívül nagy, legyen a sajtó kicsit türelmesebb és támogatóbb, különös tekintettel a kormány tájékoztatáspolitikájára”, akkor Baló György föltette a kezét, és azt mondta: „Tessék nekünk megmondani, milyen tájékoztatáspolitikájuk van. Mert mi ilyesmit nem látunk. Majd megdöglünk, hogy csináljunk egy rendes televíziót, maguk meg azt akarják, hogy fogalmazásgátló tablettát szedjünk.” (Ez a poén Hofi egyik monológjából lett népszerű fordulat.) Ezután az értekezlet után írt Baló egy levelet Németh Miklósnak, hogy a *Magyar Televízió* össze fog dőlni, ha nem lesz egyfajta látható pluralizmus, és ha nem tud megerősödni, mire beindul a kereskedelmi televíziózás. Azt is megírta, véleménye szerint mit kellene tenni. Ennek eredményeképpen született meg a médiatörvényig a frekvenciamoratórium. Ez még Nemeskürthy kinevezése előtt történt.

**Rádai: Nem beszéltünk 1989 nyaráról, a nemzetikerekasztal-tárgyalásokról... Ez volt a Magyar Televíziózás legfényesebb nyara, amikor minden este megnézhetted és meghallgathattad a Napzártában a közönség, hol tart éppen a rendszerváltás. Abban is bizonyos vagyok, hogy e nyilvánosság nélkül minden másképp, talán lassabban, talán erőszakosabban zajlott volna... Ez a műsor - egy-két rádióműsor és bizonyos újságok mellett - a rendszerváltás egyik fontos intézménye volt. És ez mutatta meg leginkább, mekkora erő a nyilvánosság.**

Wisinger: Az áttörés az én emlékezetem szerint akkor történt, amikor egyszer Horvát János fölhívott (talán február végén, amikor még ő állt a TV2 élén), és azt mondta: „Képzeld el, kitaláltuk, hogy meghívjuk Hegedűs András - a Rákosi-korszak miniszterelnökét, aki aláírta a Varsói Szerződésbe való belépésről szóló dokumentumot, majd később szociológusként kegyvesztett és embargós személyiség lett - a Napzártába, és én leszek a műsorvezető. A baj csak az, hogy én az ő személyes történetét nem ismerem elég pontosan, és estig már nincs időm a felkészülésre. Mit csináljunk?” Én azt ajánlottam: „üljünk be mind a ketten, ami az ötvenes évekre vonatkozik, beleértve 56-ot is, arról én kérdezem Hegedűst, és ami utána történt, arról majd te”. Végül a 30 percesre tervezett műsor több mint egy óráig tartott. Soha azelőtt erről az időszakról, a Rákosi-korszakról, 56-ról, a Varsói Szerződésről annyira őszintén, nyíltan a *Magyar Televízió*ban senki nem beszélt, mint ő. Véget ért a műsor, megköszöntük, egymásra néztünk, és azt mondta Horvát a folyosón, amikor elbúcsúztunk Hegedűstől: „te, itt most mindent meg lehet csinálni”. Akkor találta ki egyébként, hogy behívja a Nagy Imre-per vádlottjainak hozzátartozóit. És nem elég, hogy megcsináltuk ezt a műsort, nem elég, hogy siker volt, de jószerével be sem avattuk a vezetőket, hogy mi lesz este a műsorban. Mámorító érzés volt.

**Rádai: És a legmámorítóbb az volt benne - azért tudom, mert magam ugyanebben az időben a Magyar Rádió 168 óra című műsorának voltam az egyik szerkesztője -, hogy minden héten, sőt, minden nap többet engedhettünk meg magunknak, sorra törtek össze a tabuk. Ha akkoriban valaki két-három hétre külföldre utazott, amikor hazaérkezett, nem ismert az országra.**

Wisinger: Létrejött egy szituáció, amelyben a sajtónak gyakorlatilag szabad keze volt, miközben a pártközpontban és a hivatalokban még ott ült a korábbi politikai réteg, amely ámulva nézte ezt. Az egész békés átalakulásban azonban - úgy érzem - hihetetlen nagy szerepe volt a *Televízió*nak. Nemcsak azért, mert már mindent el lehetett mondani benne, hanem azért is, mert ott a gőzt is ki lehetett eresztetni. Közben lezajlott még jóval a politikai előtt egy szakmai rendszerváltás is. Kiderült, hogy ilyen körülmények között is lehet jó, másfajta televíziót csinálni. És számomra azért is volt rettentően szomorú ennek az ügynek az intézményen belüli végkifejlete, mert bármennyire is elkerülhetetlen dolog volt a rendszerváltás általában, minket, a mi munkánk és elképzeléseink eredményeit elsöpörte. Jött Nemeskürthy István és a kollektív elnökség, és hiába minden, mi is bekerültünk abba a pakliba, amit a történelem félretolt, és már nem tudtuk befejezni, amit elkezdtünk.

Az egész rendszerváltás-televízió viszonyban fontos kérdés, hogy mennyi volt a televízió szerepe a rendszerváltásban, és mennyi a rendszerváltás hatása a televízió szétzúllásában, politikai csatatérre válásában. Akkor még nem sejtettük, hogy a többpártrendszer ilyen gyorsan megvalósul, de azt tudtuk, hogy a politikai pluralizmusra való felkészülésben, felkészítésben a televízióra fontos szerep hárul. Mi magunk találtuk ki - és a párt- és kormányzati vezetők hagyták, hogy efelé induljunk el -, hogy a televízió ne csak szócső legyen, a tájékoztatás eszköze, hanem a még nem létező demokrácia politikai előiskolája. Amikor vállaltuk a feladatot, akkor még sokunknak úgy tűnt, hogy itt egy reformfolyamat játszódik le, amelynek az élére kell állni.

Amit a mai fejemmel is sajnálok, az az, hogy az intézményen belül abban sem fogtunk össze, amiben egyébként egyetértettünk, mert a politikai helyezkedés közben - érthető okokból - a szakmaiságnak semmiféle meghatározó szerepe nem lehetett. Úgy látom, hogy ma sokan úgy gondolják: a médiaháború Hankiss és Gombár kinevezése után kezdődött. Ha ezt el is fogadjuk - bár én nem értek vele egyet -, akkor is volt itt egy szép kis „előháborúskodás”. Erre sokan egyszerűen nem akarnak emlékezni, mások tényleg nem is tudnak róla semmit. Ezért vállaltam ezt a beszélgetést, amely a tényeket illetően igen hiányos, de úgy érzem, valahol az események ilyen olvasatának is nyoma kell, hogy legyen.

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

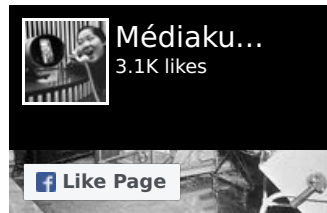
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Új média

[Vályi Gábor:](#)

# Az alulról jövő kulturális globalizáció és az internet

## A kelet-közép-európai nu jazz-szintér esete

**E tanulmány röviden összefoglalja az alulról jövő kulturális globalizáció elméleti kereteit és az internet társadalmi önszervezést segítő tulajdonságait. Ezután azt vizsgálja, milyen szerepet játszik a világháló egy olyan transznacionális hálózat működésében, amelyet Kelet-Közép-Európa öt különböző városában élő, de egyazon marginális zenei irányzattal foglalkozó DJ-k alkotnak. A szerző az internetet az egyes, helyileg marginális kulturális közösségek közötti nemzetközi információcsere és együttműködés kulcsfontosságú eszközének tartja. Az alábbi esettanulmány az alulról jövő globalizáció egy konkrét példájának bemutatásán keresztül segít e viszonylag új, alternatív kulturális globalizációs elmélet igazolásában és megértésében. <sup>1</sup>**

### 1. Bevezetés

Az egyes zenei stílusok köré szerveződő városi ifjúsági kultúrákat általában saját helyi kontextusukban szokás vizsgálni a kritikai kultúrakutatás, a zenetudomány vagy a szociológia tudományos eszköztárával. Ez a tanulmány főként a független városi kulturális termelés (*cultural production*) <sup>2</sup> szociológiájára támaszkodik, különösen Sharon Zukin munkájára, amely New York „szimbolikus” vagy kulturális gazdaságaiban (*cultural economies*) vizsgálja a globális kultúrák közötti cserefolyamatokat (Zukin, 1995: 153–258). Hogy pontosabb képet adjon az alulról szerveződő kulturális termelés transznacionális folyamatairól, etnográfiam túllép a város földrajzi határain.

Az egyes városokban zajló kulturális események és szereplők elkülönült vizsgálata nem tenné lehetővé, hogy felismerjük az ezek között húzódó szálakat, melyek sokszor legalább olyan jelentősek egyes kulturális formák termelése és fogyasztása szempontjából, mint az egyes helyi kontextusok. A globalizálódó városokat kutató antropológus, Ulf Hannerz így jellemzi a nagyvárosok kulturális életét:

„[a] világvárosok egyrészt önálló helyek, másrészt hálózatok csomópontjai, kulturális működésük ugyanúgy épül helyi, mint transznacionális kapcsolatokra” (Hannerz, 1990: 237). <sup>3</sup>

Ugyanakkor James Clifford úgy érvel, hogy az utazás szálai a világvárosok mellett a legeldugottabb falvakat is összekötik a világgal (Clifford, 1997). Az „utazás” nemcsak tárgyak és emberek mozgását jelenti, de a média és a telekommunikáció infrastruktúráján anyagtalannul terjedő információ áramlását is. Clifford az antropológiai terepmunka olyan újraértelmezését javasolja, amely a kultúrák által bejárt „útvonalakat” (*routes*) is figyelembe veszi, s nemcsak egy konkrét lokalitáshoz kötődő „gyökereikre” (*roots*) összpontosít.

Ezt a tanácsot megfogadva és követve multilokális (*multi-sited*) kutatásom célja kettős. Egyrészt azt vizsgálom, hogyan válik hozzáférhetővé a kulturális termelők (*cultural producers*) – DJ-k, zenészek, lemezbolt-tulajdonosok, buliszervezők – autonóm, alulról szerveződő együttműködésének köszönhetően egy marginális, a zeneipar fősodratát kiszolgáló infrastruktúráján keresztül nem elérhető zenei stílus, a *nu jazz* <sup>4</sup> egy bizonyos földrajzi régió – Kelet-Közép-Európa – városaiban. Másrészt azt elemzem, hogy milyen szerepet játszik e kulturális áramlásban az internet.

### 2. Alulról jövő globalizáció és internet

A „kulturális globalizáció” kifejezés mind a közgondolkodásban, mind a társadalomtudományokban szorosan összekapcsolódik a „kultúripar” <sup>5</sup> nagyvállalatainak nemzetközi terjeszkedésével és a kulturális homogenizáció rémképével. <sup>6</sup> Médiakutatók, kulturális antropológusok és a kritikai kultúrakutatás terén aktív gondolkodók globálisan megegyező kulturális termékek sokszor radikálisan eltérő helyi interpretációit, használatait és kisajátításait bemutatva meggyőzően cáfolták a homogenizációs felvetéseket. <sup>7</sup> A kulturális termelés helyett a fogyasztói oldal fontosságát, aktív szerepét hangsúlyozó, a kulturális sokszínűség továbbélését bizonyító globalizációelméletek azonban ritkán szólnak arról, hogy a transznacionális kulturális termelés és elosztás nem

minden szereplője intézményesült és iparszerűen működő, szigorúan profitorientált gazdasági egység.

A tudományos kutatók figyelme csak az 1990-es évek második felében fordult a kulturális globalizáció alulról szerveződő, a kulturális termelés és fogyasztás területén működő autonóm cselekvőket összekötő, alternatív hálózatokra épülő formái felé. <sup>8</sup> Az alulról jövő kulturális globalizáció alternatív, a kultúripar multinacionális vállalatai által az egyes helyi piacokon kínált termékskálán nem szereplő, marginális kulturális javakat kínáló hálózatokra épül. E hálózatok többnyire akkor jönnek létre, amikor a közvetlen környezetükben elszigetelten működő termelők és fogyasztók marginális kulturális tevékenységi/érdeklődési körükhöz kapcsolódó információkat, illetve partnereket keresnek. A hálózatépítés (*networking*) célja lehet az erőforrások megosztása vagy egy – az egyes szereplők közvetlen környezetén túlnyúló – nagyobb piac létrehozása. Ugyanakkor e hálózatok nem mindig a kapitalista termelés racionalitására épülnek: sokszor a résztvevők személyes érdeklődése, lelkesedése vagy a közösséghez való tartozás pszichológiai igénye hozza létre és tartja fent őket. A nem hierarchikus, hálózati alapon működő szervezetek alkalmazkodási képessége, illetve a „hobbista” hozzáállás lehetővé teszi, hogy ezek az alternatív transznacionális kulturális hálózatok a kultúripar nagyvállalatai számára kedvezőtlen, nem kielégítően jövedelmező helyi piacokon is sikeresen működjenek. <sup>9</sup> Bár a határokon átnyúló kulturális önszerveződés gyakorlata ugyanúgy hatást gyakorol az egyes helyi kultúrákra, mint a kulturális globalizáció nagyvállalati formái, e modell kétségbevonhatatlanul alternatívákat kínál az ipari módszerekkel előállított globális kultúrával szemben. A kulturális termelés és fogyasztás alulról jövő hálózatai a gyenge helyi gazdaságok vagy a kisméretű kulturális piacok esetén kiemelten fontos szerepet játszanak a kulturális sokszínűség fenntartásában.

Az önszervező, transznacionális kulturális <sup>10</sup> hálózatok nem új keletűek: elég csupán a középkor személyes kapcsolathálóokra épülő nemzetközi tudományos együttműködéseire, a láthatatlan kollégiumokra (Gresham, 1994) vagy a baloldali politikai aktivisták nemzetközi összefogásának eredményeképpen 1864-ben alapított Első Internacionáléra gondolnunk. E hálózatok létrehozása, fenntartása és működtetése mindig összefüggött a rendelkezésre álló technológiákkal – az emberek és a tárgyak mozgását segítő közlekedési és szállítási eszközökkel és hálózatokkal, az információ áramlását segítő távközlési eszközökkel és hálózatokkal. Az internet megjelenése kétségtelenül új távlatokat nyitott az alulról jövő globalizációban.

Az internet a korábbi távközlési és médiaeszközök által elkülönülten, korlátozottan vagy költségesen biztosított kommunikációs formák mindegyikét <sup>11</sup> lehetővé teszi, a kommunikáló felek földrajzi távolságától függetlenül, viszonylag olcsón. <sup>12</sup> Így a számítógép által közvetített kommunikáció (*computer mediated communication*) a marginális kulturális közösségek transznacionális kommunikációjának példátlanul hatékony eszközévé vált. A hagyományosan központosított, korlátozott hozzáférést és alacsony interakciós lehetőségeket kínáló tömegkommunikációs infrastruktúra mellett az internet decentralizált hálózata a korábban „láthatatlan” marginális kultúrák számára a személyes találkozások terén túl is lehetővé teszi a közösségen belüli kommunikációt és önszervezést, illetve biztosítja számukra a többségi társadalom felé történő kulturális önreprezentáció minimumát.

Az alulról jövő kulturális globalizációs folyamatok decentralizált és független résztvevőinek horizontális együttműködésén alapuló hálózati szerkezetű kulturális termelése ugyanazon informatikai/távközlési eszközök használatára épül, mint az új – kapitalista – gazdaság (*new economy*). A kulturális termelők nemzet feletti hálózatai azonban általában sokkal olcsóbban – központi irodák, bérköltségek nélkül – működnek, mint a decentralizált posztfordiánus kultúripari nagyvállalatok. Nagyobb rugalmasságuknak és alkalmazkodóképességüknek köszönhetően olyan kis és változó piacokon is életképesek, amelyek nem alkalmasak a hasonló termékeket szolgáltató, központosított és bürokratizált intézmények fenntartására (Maughan & Smith, 2000; Hesmondhalgh, 1998).

A független elektronikustánczene-ipart Laing (1997) és Hesmondhalgh (1998) is hálózati – vagy másképpen rizomatikus <sup>13</sup> – szerkezetként jellemzi. Ez a nem hierarchikus, az egyes résztvevők autonóm együttműködésére épülő, nemzetek feletti hálózat hatékonyan működik olyan marginális zenei műfajok piacain is, ahol a zeneipar óriásai nem élnek meg. Mivel az internet nem vált a zenei információk <sup>14</sup> áramlásának kizárólagos eszközévé, kutatásomban, amely egy marginális zenei műfaj regionális hálózatának mindennapi működésére irányul, megpróbálom teljesebb képet festeni, azaz a fizikai térben utazó emberek és hangfelvételek mellett a hagyományos médiumok – a rádióadások és a zenei magazinok – szerepét is vizsgálom.

### 3. Kutatási módszerek

Kutatásomat Kelet-Közép-Európa öt országa – Bosznia-Hercegovina, Szlovénia, Olaszország, Horvátország és Ausztria – egyes városaiban (Szarajevó, Ljubjana, Trieszt, Zágráb és Bécs) élő DJ-k <sup>15</sup> között végeztem. Néhányan közülük zenei rendezvények szervezésében is részt vesznek, mások saját zenét készítenek, egyikük egy kis, szakosodott lemezboltot üzemeltet. A kutatás során kétféleképpen gyűjtöttem adatokat mélyinterjúk és résztvevő megfigyelés segítségével. Az interjúkat angol nyelven, 2002. június 15-e és július 1-je között rögzítettem. A résztvevő megfigyeléssel töltött idő jóval túlnyúlik az egyes kutatási terepeken töltött kettő-öt napon. Budapesten élő DJ-ként, zenészként és alkalmi buliszervezőként az elmúlt négy évben magam is aktív résztvevője voltam e regionális, alulról szerveződő hálózat kialakulásának – egyrészt az egyes helyszíneken lezajlott személyes találkozások, másrészt az interjúalanyaimmal folytatott rendszeres e-mail-váltások révén. A fent felsorolt városok helyi színtereinek mindennapjaiban való részvétel két hete során a korábbi, konkrét tudományos cél nélküli személyes érdeklődésemet felváltotta/kiegészítette a tudatos adatgyűjtés. A helyi DJ-k által szervezett klubesteken fellépve, házigazdám DJ-szetjeit <sup>16</sup> hallgatva, a lemezboltok polcainak és a DJ-k lemezgyűjteményeinek átböngészése során, illetve a helyi kulturális termelésben kevésbé központi szerepet játszó, de a nu jazz-rendezvényeket rendszeresen látogatókkal folytatott informális beszélgetéseken keresztül próbáltam információkat szerezni az egyes színterek méretéről, működéséről és a közöttük zajló transznacionális információáramlásról.

Interjúalanyaimat főként azok köréből választottam ki, akikkel már a kutatást megelőző néhány évben is kapcsolatban álltam. Ezek az emberek egyrészt tagjai a kulturális termelők laza, regionális hálózatának, másrészt jelentős szerepet játszanak helyi színtereik alakításában. Több kutatási terepen készítettem mélyinterjúkat olyan emberekkel is, akiket (1) a kutatást megelőzően nem ismertem; akik (2) csak saját lokális színterükön aktívak, de nem vesznek részt a nemzet feletti hálózatépítésben; és akik (3) helyi szinten passzívak, de kapcsolatban állnak a regionális hálózat szereplőivel. Ezekkel az interjúkkal próbáltam ellenőrizni, hogy az általam korábban már ismert, helyi és regionális szinten is aktív interjúalanyok kiválasztásával nem kerülték-e el a figyelmemet a kutatás szempontjából releváns információk. A kontrollinterjúkban nem kerültek felszínre a résztvevő megfigyelés, illetve a többi interjú során rejtve maradt tények, sem olyan állítások, amelyek cáfolták volna a többi interjúalany állításait.

Nem volt célom a nu jazz-iránnyal kapcsolatos regionális együttműködésben részt vevő emberek teljes körének felmérése, sem az egyes helyi színterek működtetésében aktív kulcsszereplők mindegyikének megszólaltatása. Bécs kivételével az egyes helyi színterek kis méretűek és viszonylag könnyen áttekinthetőek, így elegendőnek tartottam néhány központi személy megszólaltatását. A kutatás célja az alulról jövő kulturális globalizáció egy létező modelljének bemutatása, illetve annak vizsgálata, hogy az internet milyen szerepet játszik ebben a folyamatban. Bár kutatásom során nem találkoztam a transznacionális kulturális együttműködés más, az internetet egyáltalán nem használó modelljeivel, nem állítom, hogy a kelet-közép-európai nu jazz-színtéren belül a kutatásom által feltárt hálózati alapú modell kizárólagos volna.

Etnográfiam kétszeresen is problematikus, hiszen egyrészt több helyszínen folytatott, multilokális <sup>17</sup> (*multi-sited*) kutatásra alapul, másrészt bennfentes (*insider*) beszámolóknak is tekinthető. <sup>18</sup> Az alábbiakban e két speciális optika előnyeinek és korlátainak ismertetése után amellet érvelek, hogy együttes használatuk nemcsak a globális folyamatok pontosabb nyomon követésében segít, de ellensúlyozza az egyes látásmódok hiányosságait is.

## 4. A közép-kelet-európai nu jazz-színtér

### 4.1. Mi az a nu jazz?

A nu jazz <sup>19</sup> lazán definiált gyűjtőfogalom, amely számos különböző tempójú és stílusú zenét ölel fel. A műfaj lényege leginkább az akusztikus és az elektronikus fúziójaként fogható meg. Egy nu jazz-bulin ugyanúgy megszólalhat a *salsa* és a *hip hop* keveréke, mint egy *jazz-drum n bass* hibrid. <sup>20</sup> Ez természetesen elmosza a nu jazz műfaji besorolásának határait: ugyanazt a *salsa* alapú *hip hop* számot még nu jazz DJ-k sem írják le nu jazzként, amikor egy kizárólag *hip hop* felvételeket tartalmazó mixben hangzik el. A műfaj lényege jobban megragadható egyfajta eklektikus szelekciós felfogásként, mintsem jól definiált zenei tulajdonságok összességéként.

Bár a műfajt nevezik *future jazz*nek is, sokan szívesebben használják az eklektikus elnevezést, mert e meghatározás sokkal nyitottabb: magában foglalja a DJ-mixekben gyakran felhangzó – zömében az 1960-as és 1970-es évekből származó – klasszikus jazz, funk, soul, brazil, afrobeat és diszkó felvételeket is. Mivel nem minden interjúalanyomat érdeklít mélyebben a mai produkciókat inspiráló régi hangzások, a nu jazz kifejezést használok, mert jól fejezi ki a regionális színterükön tevékenykedő DJ-eket, producereket, lemezboltosokat, buliszervezőket összekötő, közös zenei hullámhosszt.

Ha beszélhetünk egyáltalán valamilyen zenei szálak mentén szerveződő nu jazz-klubkultúráról <sup>21</sup>, az legalább annyira táplálkozik a brit *rare groove*-, *northern soul*- és *boogie diszkó*-klubok örökségéből, mint az amerikai *hip hop*-, *diszkó*- és *house*-szubkultúrák vagy a jamaikai *reggae sound system*ek hagyományaiból. Ha a nu jazz nagy öregjeinek tartott lemezzlovasok és producerek múltjából indulunk ki, az irányzat leginkább az 1990-es évek londoni központú acid jazz-mozgalmából alakult ki.

A nu jazznek nincsenek központilag felállított műfaji szabályai, de érdemes megemlíteni a londoni *Straight No Chasert*, mint a nu jazz-színtér napirendjének artikulálásában központi szerepet játszó zenei magazint. E színtér valójában a világot Helsinkitől Tokióig, Skandináviától Dél-Afrikáig behálózó autonóm, de egymással sok szálon kapcsolódó helyi színterek sokasága, amelyeknek mind megvannak a saját producereik, DJ-ik, illetve gyakran független helyi lemezkiadók is. Ha van egyetlen kiragadható kulcsfigura a nemzetközi nu jazzben, az a Londonban élő Gilles Peterson, a brit DJ-szakma nagy öregje; az *Acid Jazz* és később a *Talking Loud* kiadó alapítója. „Worldwide” című rádióműsora hetente jelentkezik a *BBC Radio1*-on és további 16 rádióállomáson a világ számos nagyvárosában. <sup>22</sup> A nu jazz globális kiterjedésével London mára elvesztette központi szerepét. Számos más országban – többek között Franciaországban, Németországban és Japánban – vannak régóta működő autonóm színterek, és több helyen található biztató új kezdeményezések.

### 4.2. Helyi nu jazz-színterek

Közép-Kelet-Európa helyi nu jazz-színterei – Bécs kivételével – csak három-négy éve léteznek. Ha az autonóm színteret alkotó teljes spektrumból meglévő intézmények – helyi lemezkiadók, szakosodott lemezboltok, turnémenedzsment (*booking*) -ügynökségek, stúdiók, rádióműsorok – számát tekintjük a fejlettség mértékének, nem tekinthetők infrastrukturálisan fejletteknek. A bécsi és a régióban található egyéb színterek „fejlettségbeli” különbsége vagy azzal magyarázható, hogy e városban már több mint egy évtizede vannak jazzalapú elektronikus tánczenét játszó klubestek <sup>23</sup>, vagy azzal, hogy Bécs 1,6 milliós lakosságával <sup>24</sup> mind közül a legnépesebb. Fontos tényező lehet, hogy Ausztria fővárosaként kimagasló a város gazdasági helyzete, de nem feltételezem, hogy létezik egyetlen jól leírható lineáris fejlődési modell. Számos további tényező és résztvevő is befolyásolhatja az egyes színterek fejlődését.

Bécsben működik a Soul Seduction, az underground elektronikus tánczene egyik európai szinten is jelentős, a régióban pedig meghatározó jelentőségű hanglemezelosztó cége <sup>25</sup> és legalább nyolc nu jazz közeli független lemezkiadó – a Klein, a Sunshine, a Twentysomething Tunes, a Fabrique, a Parfum Noire, a Couch, a G-Stone és az Ecco Chamber. Az osztrák fővárosban három nagyobb szakosodott lemezbolt <sup>26</sup> kínálja nu jazz-kiadványok erős szelekcióját. A műfaj iránti keresletet jól jelzi, hogy még a Virgin Megastore-ban is széles nu jazz-választék kapható CD-n és bakeliten. <sup>27</sup> Négy-öt klubban tartanak nu jazzhez kapcsolódó esteket, és további 10–15 helyszínen rendeznek időről-időre alkalmi nu jazz-rendezvényeket. A nu jazz közeli klubestek iránt érdeklődők számát 1000 és 2500 közöttire teszik a helyi DJ-k, de az egymással párhuzamosan zajló rendezvények és a színtér folyamatosan változó természete miatt nehéz pontos adatot mondani. Egy-egy város klubkultúrájának növekedésekor jól megfigyelhető egyfajta diverzifikáció, <sup>28</sup> azaz elkülönült szinterek jönnek létre a kezdetben viszonylag egységes szintéren belül. Ez nagyon megnehezíti, hogy egyetlen homogén bécsi nu jazz-szintéről beszéljünk. Mára csekély terük maradt a mindent befogadó, eklektikus szelekcióknak.

E megosztott klubkulturális közegben nehéz az aktív DJ-k számát megbecsülni, adatközlőim még durva közelítéseket sem mertek adni. Ez jól jelzi a különbséget Bécs és a négy másik város között, mert az utóbbiakban a helyi szinterek olyan kicsik és átláthatók, hogy minden DJ ismeri a legtöbb hasonló zenét játszó lemezlovast. Nu jazz DJ-zésből csak néhány nemzetközileg is ismert lemezlovast él meg itt, aki általában jövedelme legnagyobb részét külföldi turnékra keresi meg. Mivel a nu jazz távol van a „fősodortól” vagy a népszerű zenei ízlésvilágtól, általában – máshol is – ritka a kizárólag zenélésből megélő DJ. A lemezlovasoknak jobbára van valamilyen fix, „normális” munkahelyük, vagy több, zenéhez kapcsolódó állásban tevékenykednek egyszerre: lemezboltban, kiadónál vagy turnémenedzsment-ügynökségnél dolgoznak, illetve bulikat szerveznek.

A bécsi színtér további ismertetése túlmutat e tanulmány keretein, de az eddig felvázoltak elég viszonyítási alapot szolgáltatnak a zágrábi, a trieszti, a szarajevói és a ljubjanai nu jazz közeli kulturális termelők eltérő helyzetének megértéséhez.

A 707 000 lakosú <sup>29</sup> Zágráb a második legnépesebb város az öt közül. Sem helyi lemezkiadói, sem bakelitet is árusító specialista lemezboltjai nincsenek, van azonban néhány, szerény nu jazz-választékot kínáló CD-bolt. A helyi nu jazz-színtér első eseménye 1999 áprilisára tehető. Három helyi DJ – Eddy, Dus és Alen – ekkor rendezte meg először az azóta is heti rendszerességgel megtartott *Kontrapunkt* nevű estjét az *Aquarius* klubban. Abban az időben főleg *acid jazz*t és jazzalapú vagy *soulos* harmóniakra építő *house*-t játszottak, de hamarosan sokkal eklektikusabb irányba nyitottak. Ezt jól jelezte a 2000 áprilisában általuk rendezett első *Kontrapunkt Future Jazz Festival* nemzetközi fellépőgárdája is. Azóta is rendszeresen hívnak külföldi vendég-DJ-eket – Kyotótól Atlantáig – heti klubestjeikre és évente megrendezett fesztiváljaikra <sup>30</sup>. A zágrábi *Radio 101*-en heti műsoruk van. A *Kontrapunkt* elnevezéssel arra utaltak, hogy Zágrábban mindenkitől eltérő zenei spektrumot képviseltek, bár ma már egy legalább tíz DJ-ből álló fiatalabb generáció is játszik hozzájuk hasonló eklektikus műsort mp3-ról <sup>31</sup>, CD-ről és bakelitől hét-nyolc helyi bárban és kisebb klubban. A műfaj iránt érdeklődő közönség nagyságát nehéz megbecsülni, hiszen sokan kifejezetten társasági okokból járnak nu jazz-rendezvényekre, míg mások az eklektikus mixben felbukkanó stílusoknak csak egy részét kedvelik. Klubestjeik tapasztalata alapján Eddy 150–200 fő törzsközönséggel számol, miközben 200–500 ember látogatja hetente estjeiket, fesztiváljaik pedig megközelítőleg 1500 látogatót vonzanak. E nem túl kompetitív színtér top DJ-i a DJ-zés és a rendezvényszervezés mellett rádiós és stúdiómunkákból <sup>32</sup> élnek. Eddy és Dus saját zenét és remixeket is készít külföldi kiadók számára, és ismert a nemzetközi nu jazz-színtéren is.

A 434 000 <sup>33</sup> lakosú Szarajevó a háború előtt Jugoszlávia egyik legjelentősebb kulturális központja volt. Most Bosznia-Hercegovina fővárosa, de még mindig magán viseli a négy évig tartó ostromzár jeleit. A multinacionális óriás (*major*) lemezcégeknek nincs helyi képviselőjük, ami az ország nehéz gazdasági helyzete mellett a szerzői jogok betartatásának teljes hiányával is magyarázható. Amikor házigazdámval, egy szarajevói DJ-vel éjfélutójában átléptük a horvát-bosnyák határt, egy feltehetőleg Szerbiában <sup>34</sup> gyártott kalóz-CD-ket hat bosnyák márkáért (1,5 euróért) kínáló stand fogadott minket. A hasonló árut kínáló kisebb standok megtalálhatóak Szarajevó központjában is, bár a nagyobb választékot <sup>35</sup> tartó üzletek szinte kivétel nélkül a külvárosban, a szerb negyedben találhatóak. Nem meglepő, hogy a városnak nincs szakosodott lemezboltja, ahol bakelit hanglemezeket árulnának. Ennek ellenére vannak DJ-k Szarajevóban. A kemény *house* és a még keményebb *techno* több ezer főt vonz a külvárosi sportcsarnokokba. Az eklektikus/nu jazz zenét játszó négy-öt DJ a városközpontban található néhány bárban vagy kisebb klubban rendez alkalmi bulikat vagy heti klubesteket. Ezeknek a helyeknek csak némelyikében van beépített, állandó hangrendszer, a DJ-knek pedig mindenhova maguknak kell vinniük a lemezjátszókat és a keverőt, amelyeket általában a jobb anyagi helyzetben lévő mainstream-DJ-ktől bérelnek, mert e felszerelés itt drága luxuscikknek számít <sup>36</sup>. A rendszeres klubestek még általában így is egy hónapon belül megszűnnek, mert a legtöbb bár- és klubtulajdonos elég tisztességtelenül viselkedik, és nem bánja, ha a DJ-k odébbállnak az inkorrekt bánásmód miatt <sup>37</sup>.

A helyi nu jazz-színtér legbefolyásosabb DJ-i és buliszervezői Enes és bátyja, Emir, a *Radio 3* alapítói. Ez a sugárzási engedéllyel rendelkező rádióállomások infrastruktúráján és műsoridején „élősködő” médiaprojekt az elmúlt három évben számos adón volt hosszabb-rövidebb ideig hallható. Amikor kutatásom kapcsán Szarajevóban jártam, éppen egy *Radio Grad* nevű kis helyi adó adta át nekik éjszakai műsoridejét a stúdió építészeti és műszaki felújításáért, és a rádió marketingfeladatainak elvégzéséért. Ez az együttműködés – ahogy a korábbiak is – csupán néhány hónapig tartott <sup>38</sup>. A *Radio 3* – amikor éppen sugároz – az egyetlen olyan adó Szarajevóban, amelyen nu jazz hallható: Enes és Emir hetente jelentkező „HiFi Hotel” című műsora mellett kilenc további eklektikus zenei műsort vesz át a világ számos városából. Enes-ék szervezik a *Radio 3*-hoz kötődő, külföldi DJ-ket felvonultató alkalmi bulikat és az évente megrendezett HiFi Hotel Nu Jazz Festivalt is.

Amikor a helyi nu jazz-szinterről kérdezem, Enes cáfolja egy zeneileg tudatos, jól definiált közönség gondolatát:

„Mivel mi voltaképpen minőségi zenével foglalkozunk, van egyfajta színtér, amelyiknek bejön a minőségi zene. Ha arra gondolsz, hogy vannak-e *broken beat* [39](#), nu jazzt vagy más eklektikus stílusokat kedvelő rajongók, nem állítanám, hogy ezeknek a zenei stílusoknak van valódi színterük, mert a helyi színtér inkább a nevünkben és a rendezvényeinkben megbízó emberekből áll [...] Van egy színterünk, amelyiknek bejön ez az új és minőségi megközelítés.”

A „minőségi zenére” épülő rendezvények a szórakozóhely méretétől függően néhány száz embert vonzanak. Enes 1500 és 2000 fő közé teszi azok számát, akik otthon a *Radio 3* műsorait vagy az ahhoz hasonló zenét hallgatják. Ezt a becslést támasztja alá a kalóz-CD-árusoknál kapható nu jazz-kiadványok meglepően széles és friss választéka is. A bakelitlemezek beszerzésének nehézségei – az utazás, illetve a postai megrendelés magas költségei –, valamint az igen alacsony DJ-gázsik miatt a DJ-zés inkább drága hobbi, mint pénzkereseti forrás.

Szlovénia gazdasági helyzete a posztjugoszláv államok között messze a legjobb [40](#), bár a főváros viszonylag kis népessége – körülbelül 330 000 lakos [41](#) – megnehezíti a fősodortól távoli ljubjanai kulturális termelők helyzetét. A városban két rivalizáló, egyenként három-négy DJ-t tömörítő kollektíva – a Radyoyo és a CodeEP – szervez alkalmanként nu jazz-esteket, valamint *breakbeat*- és *drum n bass*-rendezvényeket. A CodeEP 1999 nyarán kezdte meg működését, az első nu jazz-rendezvényt pedig ugyanezen év augusztusában szervezte az akkor már jól ismert Radyoyo-csapat. Mindkét kollektívának jók a kapcsolatai a *Student Radio*val [42](#), így amikor külföldi vendég-DJ-eket hívnak, egy promóciós célú interjú és egy rövid DJ-mix erejéig be tudják őket vinni a rádióba, még mielőtt az esti rendezvény elkezdődne. Ugyanakkor egyik DJ-csapatnak sincs rendszeres rádióműsora. DJ Borka, a CodeEP tagja saját zenét is készít. Első felvétele nem sokkal kutatásom után, 2002 őszén jelent meg egy kis bécsi kiadó által gondozott válogatásban.

Ljubjanában két „valódi” klub van, valamint nyolc-tíz, alkalmi bulik szervezésére alkalmas hely, ahová általában a DJ-knek kell vinniük a hangrendszert, a lemeztájszókat és a keverőt. A városban két specialista lemezbolt található, amely főleg a népszerűbbnek számító *house*-, *trance*- és *techno*műfajokkal foglalkozik, valamint egy bevásárlóközpontban működő nagy CD-áruház, ahol jazz-, soul- és hip hop-bakelitlemezek szerény, de igényes választéka is kapható. A kisebb helyi CD-boltokban általában fellelhetők az ismertebb nu jazz-kiadványok.

A nu jazz-rendezvények körülbelül 200–300 embert vonzanak, de ahogy Ozren, a CodeEP nu jazz iránt leginkább elkötelezett DJ-je megemlíti: „rengeteg ember azért jön el a bulikra, mert [személyesen] ismer bennünket”, és nem feltétlenül azért, mert a zene érdekli. Még a népszerűbb irányzatokat játszó DJ-k is kénytelenek a DJ-zésen kívüli bevételi forrásokra támaszkodni. A DJ-zéssel keresett pénz általában csak a lemezek vásárlásával kapcsolatos kiadások egy részét fedezi.

Triesztben, bár népességszámát tekintve hasonló Ljubjanához – körülbelül 248 000 lakosa van [43](#) –, sokkal kisebb a marginális ifjúsági kultúrák iránti érdeklődés. Az észak-olasz kisváros lakossága Európa legidősebb városi populációja: az itt élők negyede 65 évnél idősebb [44](#). A leginkább klubszerű szórakozóhely körülbelül ezer fő befogadására alkalmas, és általában koncertek, punkrockestek vagy népszerű tánczenét szolgáltató diszkók kapnak itt helyet. Az Electrosacher névre hallgató, egyetlen helyi nu jazz-DJ-kollektíva nyáron tengerparti bárókban, a hűvösebb évszakokban pedig egy kávézóban tartja heti, időnként külföldi vendég-DJ-eket is felvonultató rendezvényeit. Első bulijukat körülbelül három éve szervezték, és az Electrosacher estek azóta is 200–300 embert vonzanak. Hetente játszanak egy közeli, nyolc táncteremes diszkó *chill out* [45](#) szobájában is. A hat DJ-ből álló kollektívának egy helyi adón rendszeres műsora van. A csapat egyes tagjai saját zenét is készítenek, és felvételeik megjelentetésére 2003-ban saját kiadót (Ohm) is alapítottak.

Az egyik Electrosacher DJ működteti Trieszt egyetlen szakosodott lemezboltját, amely értő kezek által válogatott és gyorsan változó nu jazz-kínálatot tart CD-n és bakeliten. Van néhány, népszerű igényeket kiszolgáló CD-bolt, és további két szakosodott lemezbolt, ahol főleg *house*, *techno* és *pop* kapható. Az Electrosacher fiúk mellett még körülbelül négy trieszti DJ játszik hasonló zenét. A DJ-zéssel keresett pénz Triesztben sem fedezi a megélhetési költségeket.

Az egyes színterek e rövid áttekintése is mutatja, hogy Bécs kivételével a fenti városok nem nyújtanak kedvező környezetet nu jazz-lemezek terjesztésére vagy nu jazz-rendezvények megszervezésére szakosodott multinacionális vállalkozások, illetve a zenei nagyvállalatokon belüli nu jazz-részlegek létrehozásához és működtetéséhez. A helyi közönség kis létszáma valószínűtlenné teszi, hogy bármelyik multinacionális média-nagyvállalat pénzt fektessen egy legalább részben a nu jazz-közönség igényeit kiszolgáló regionális tévé- vagy rádióhálózat létrehozásába. A helyi irodák fenntartásának és koordinálásának költségei, valamint az állandó alkalmazottakkal járó bérköltségek teljesen hiányoznak, vagy a fent bemutatott független kulturális gazdaságok esetén internálisak. Ennek, valamint a kulturális „vállalkozások” működtetésének nem szigorúan pénzügyi természetű célrendszerének [46](#) köszönhetően e marginálisabb kulturális műfaj hozzáférhető egy olyan régióban, ahol a globális kultúripari nagyvállalatok nem tennék ezt lehetővé.

Zágráb, Szarajevó, Ljubjana és Trieszt példája azt mutatja, hogy a kulturális globalizáció alulról jövő, autonóm formája alternatívát kínál a nagyvállalati globalizáció által kínált kultúra mellett, így hozzájárul az egyes városok helyi kulturális sokszínűséghez.

### 4.3. A zene útjai

A nu jazz-DJ-zés gyakorlata természetesen erősen függ azoktól a hálózatoktól, amelyeken e zenei felvételek

terjednek. Bár mára jó néhány független kiadót felvásároltak a zeneipar óriáscégei, illetve több, e nagy lemezcégek által már korábban felvásárolt, klasszikusjazzkiadók katalógusára épülő nu jazz-remix-projektet is megjelentettek, a nu jazzhez köthető kiadványok túlnyomó többségét független kiadók adják ki, és a szakosodott lemezboltokat ellátó független disztribútorok forgalmazzák [47](#). A DJ-zés hagyományos médiuma a bakelit hanglemez, amely általában csak e kis boltokban szerezhető be [48](#). E beszerzési források hiánya miatt bizonyos városok DJ-i más formátumokat – CD-eket és mp3-fájlokat – is használnak, illetve alternatív disztribúciós csatornákat is igénybe vesznek. Ilyen csatorna például az internetes szakosodott boltokból való rendelés, ám olyan helyeken, ahol a postai költségek magasak – különösen Bosznia-Hercegovinában – ritkán találunk erre példát.

Interjúalanyaim a rádióműsoraikhoz – postai úton – általában promóciós lemezeket is kapnak olyan független lemezkiadóktól, amelyekkel e-mailben vették fel a kapcsolatot. Ahol a terjesztés hivatalos/legális csatornái csődöt mondanak, mint például Szarajevóban, ott a kalóz-CD-ipar alternatív/illegális hálózata lép színre, olyan árazási modellt alkalmazva, amely a helyi fizetésekből zenére költhető összegből indul ki [49](#). Az illegális másolatokat terjesztő árusok kis készletekkel dolgoznak [50](#), és mikor utánrendelnek, saját „utcai” tapasztalataikra építve olyasmit szereznek be, ami jól fogy, vagy amit a vásárlóik gyakran keresnek. E kereskedők a kis szakboltokhoz hasonlóan figyelik, mely előadók/kiadók népszerűek, és hamarosan azok teljes addigi életművét/katalógusát kínálják [51](#). Módszereik igen hatékonyak: amikor kutatási céllal Szarajevóban jártam, a kalóz-CD-kereskedők olyan lemezeket is árultak, amelyek hivatalosan nem egészen két héttel korábban jelentek meg.

Az a néhány interjúalanyom, aki – többnyire a munkahelyén – nagy sáv szélességű internethozzáféréssel rendelkezett, *peer-2-peer* (P2P) mp3-fájl-cserélgető szoftvereket [52](#) is használt, de általában csak azzal a céllal, hogy belehallgasson az általa nem ismert, helyben nem kapható kiadványokba. Ennek oka egyrészt a DJ-kultúra tradicionális elkötelezettsége a bakelit iránt, másrészt az, hogy a P2P-szolgáltatásokban található mp3-fájlok nagy részének minősége kifogásolható, s nagyobb hangrendszereken lejátszva e hangzásbeli hiányosságok még nyilvánvalóbbak. Ugyanakkor tény, hogy a P2P-rendszerekben kifogástalan minőségű felvételek is megtalálhatók, gyakran hónapokkal a hivatalos megjelenés dátuma előtt. E fájlok forrásai feltehetőleg a promóciós célú vagy a zenészek által közvetlenül a barátoknak ajándékozott CD-k.

Minden interjúalanyom kiemelte a külföldre való utazást mint a lemezbeszérlés egyik fontos módját. A régió egyéb városaiban élő DJ-k lemezvásárló útjainak leggyakoribb célpontja Bécs [53](#).

A régió DJ-inek mixei és lemezgyűjteményei jól tükrözték a független elosztóhálózatok természetét – azaz azt, hogy az egyes helyeken élő emberek más és más csatornákon különböző kiadványokhoz férnek hozzá –, a független kiadónál megjelenő különböző nu jazz-kiadványok nagy számát és a személyes ízlés szerepét: egymással átfedésben álló, de nagymértékben eltérő szelekciókkal találkoztam. A különbözőség fényében az alulról jövő kulturális globalizáció e konkrét formája nemigen nevezhető egy vékony piaci szegmensben zajló (*niche market*) kulturális homogenizációnak, még akkor sem, ha figyelmen kívül hagyjuk az egyes kulturális termékekkel és gyakorlatokkal kapcsolatos személyes értelmezéseket, használatok jelentőségét.

#### 4.4. Az információ útjai

Mivel az igen decentralizált független kiadói intézményrendszeren keresztül szinte követhetetlenül sok nu jazz-kiadvány jelenik meg, nincsenek olyan központi marketingosztályok, amelyek összehangolnák az egyes megjelenések időzítését, és nemzetközi médiakampányokat szerveznének ezek köré. Ahogy Bécs példája is jól mutatja, a fejlettebb színterek javítják a nu jazzel kapcsolatos információhoz való hozzájutás esélyeit: több szakbolt új kiadványokat tartalmazó polcokat böngészhetjük át naponta, több hasonló érdeklődésű DJ-vel találkozhatunk és beszélhetünk személyesen – boltokban, klubokban vagy akár az utcán. Bécsben az országos vételkörzetű *ORF FM4* fontos és erős médiuma az eklektikus műfajnak, és a helyi újságosoknál könnyen beszerezhetőek a nu jazzel kapcsolatos információkat tartalmazó zenei magazinok, például a brit *Straight No Chaser* és a német *Groove*.

Az eddigiekből kiderült, hogy a kevésbé fejlett színtereken is vannak nu jazz-rádióműsorok, amelyeket a helyi DJ-k szerkesztenek és prezentálnak. Ahhoz, hogy saját műsoraik lépést tarthassanak a nemzetközi nu jazz-szintér történéseivel, információra van szükségük az új és megjelenés előtt álló nu jazz-kiadványokról.

Amikor egy szarajevói DJ tízórás autótúrát követően megérkezik a fél óra múlva bezáró bécsi lemezboltba, nincs ideje átnézni a polcokon található több ezer lemezt, amelyek közül nagy valószínűséggel csak húszra van pénze. Hasonlóan kilátástalan a helyzete, amikor a nagy választékot kínáló internetes lemezboltokból rendel, még akkor is, ha van belehallgatási lehetősége. Mivel a nu jazzel foglalkozó magazinok általában nem kaphatók a régió kisebb városaiban, minden interjúalanyom az internetről szerzi be az új lemezekkel és előadókkal kapcsolatos információkat. Az újságok lemezkritikái – nem utolsósorban a megjelenés periodicitása és a nyomdai átfutási idők miatt – nem képesek követni a megjelenések tempóját, így az új és megjelenés előtt álló kiadványokkal kapcsolatos legfrissebb információk forrásai a független lemezkiadók és az előadók honlapjai, illetve más nu jazz-DJ-k aktuális toplistái és a rádióműsoraikban szereplő számok játszási listái (*playlist*). Ez utóbbiak általában az egyes DJ-k honlapjain, a nu jazz-témájú internetes vitafórumokon [54](#) vagy – a zene iránti lelkesedésből és/vagy az önpromóció céljával – e-mailben körbeküldött hírlevelekben olvashatók. Ez a publikációs tevékenység a független lemezboltok politikai gazdaságtanával is magyarázható: a DJ így mutatja meg a neki lemezeket küldő lemezkiadóknak és promóciós ügynökségeknek, hogy nem hiába pazarolják rá erőiket; lemezeiket játssza és népszerűsíti [55](#).

Az internetes rádióműsorok szintén fontos információforrásnak számítanak, de interjúalanyaim közül általában csak az a néhány DJ hallgatja ezeket, aki a munkahelyén nagy sáv szélességű internetkapcsolattal rendelkezik. A nagyon lassú kapcsolattal és magas telefondíjakkal rendelkező Szarajevóban a *Radio 3* által átvett nemzetközi



műsorok hasonló szerepet tölthetnek be.

Látható, hogy a fejletlen infrastruktúrájú helyszíneken a világháló kulcsszerepet játszik e marginális kulturális műfajjal kapcsolatos információk beszerzésében. Az internetnek a nu jazz-DJ-k tevékenységében játszott központi szerepét látszik igazolni az a tény is, hogy interjúalanyaim átlagosan legalább napi egy órát töltöttek a neten zenei információk beszerzésével és zenei ügyekben való levelezéssel [56](#).

#### 4.5. Hálózatépítés

A nu jazz-DJ-k nemzetek feletti kommunikációja jórészt angol nyelven és e-mailben zajlik, elsősorban azért, mert így olcsóbb, mint telefonon. E kommunikációs csatornának, ahogy Eddy is említi, egyéb előnyei is vannak:

„Dobsz egy mailt valakinek. Írsz. Mikor válaszol, ő is ír. Nagyon tiszta az egész. Amikor telefonon beszélsz, könnyű félreérteni néhány szót [...] Akkor írsz, amikor akarsz, akkor válaszolsz, amikor akarsz.”

Az e-mail a lemezkiadókkal folytatott kommunikáció médiuma: így kérnek a DJ-k promóciós lemezeket, így küldenek toplistákat és közvetlen visszajelzést az éppen kipostázott lemezekkel kapcsolatban. Az elektronikus levelezés a független külföldi kiadónál megjelenő felvételek szerződéseivel kapcsolatos egyeztetések bevett csatornája, de így szervezik meg a DJ-k külföldi fellépéseiket, turnéikat [57](#), és így hívnak meg vendég-DJ-ket is helyi rendezvényeikre. Minden interjúalanyom említette, hogy az e-mail-es kommunikáció bizonyos szintű [58](#) fenntartása nélkül könnyű kiesni a nemzetközi hálózathoz: a kiadók és az előadók hamarosan nem küldenek több promóciós lemezt, a külföldi DJ-fellépésekre szóló felkérések elmaradnak, és csökken annak az esélye is, hogy további e-mail-címeket kapjanak.

Az egyre bővülő kapcsolatháló tagjaival folytatott rendszeres kommunikáció fenntartásának problémáját a legtöbbször e-mailben körbeküldött hírlevelekkel [59](#) hidalják át. A hírlevelek címzettjei általában a feladóval kapcsolatban álló egyéb kulturális termelők – DJ-k, előadók, kiadók, turnéügynökségek, zenei újságírók –, helyi és távoli rajongók, valamint nu jazz-témájú levelezőlisták és vitafórumok. Ez utóbbi internetes közösségi platformokon zajlik a nu jazzel kapcsolatos „virtuális közösségek” [60](#) kommunikációja. Az e fórumokra küldött hírlevelek nemcsak további 500–1500 hasonló érdeklődésű emberhez jutnak el, de a nu jazzel kapcsolatos információcsere és vita nyilvános csatornáin is folyamatosan jelenlétet, láthatóságot biztosítanak. Csak néhány interjúalanyom állította magáról, hogy a hírlevelek küldésén túl is részt vesz e virtuális közösségek életében, de az internetes közösségi fórumok más módon is fontos szerepet játszanak a kulturális termelők regionális és globális hálózatainak kialakulásában. Ha különböző internetes keresők segítségével próbáljuk kideríteni valamelyik konkrét DJ vagy kiadó elérhetőségét, illetve így próbálunk partnereket találni általunk kevésbé ismert távoli szintereken [61](#), gyakran vezetnek nyomra a fórumok internetes archívumaiban tárolt korábbi hírlevelek [62](#).

A földrajzilag szétszórta élő kulturális termelők közötti „összetett összekapcsolhatóság” [63](#) az együttműködés új formáit teszi lehetővé. Ennek jó példája a világ különböző városaiból [64](#) átvett, kilenc műsort sugárzó szarajevói *Radio 3*. Enes először a vele már kapcsolatban álló DJ-ktől kért egy-egy mixet, amelyet különleges, alkalmi adások keretében adott le a *Radio 3*-on, de a felkért lemezlovasok hamarosan rendszeres műsorokat kezdtek küldeni neki. Ez az együttműködés egészen kivételes nu jazz-választékot tesz elérhetővé egy erősen korlátozott erőforrásokkal rendelkező, infrastrukturálisan fejletlen szintéren. Ugyanakkor a műsorokat küldő DJ-k számára is hasznos, hiszen saját hírleveleikben – portfólióikban – feltüntethetik, hogy rendszeres rádióműsoruk van Szarajevóban. Ez a tény mind közönségük, mind az egyes lemezcégek szemében növeli hitelességüket és fontosságukat, s így annak valószínűségét is, hogy promóciós lemezeket küldjenek nekik.

További érdekes, a nu jazz-DJ-k nemzetközi hálózatépítéséhez köthető jelenség, hogy a jobb anyagi helyzetű nyugat-európai DJ-k elkezdték saját – fellépésekkel egybekötött – nyaralásaikat e számukra távoli és egzotikus helyekre szervezni, hiszen a helybeli DJ-kkel a világhálón már kialakítottak egyfajta baráti viszonyt. A külföldi DJ-k gyakran a helyi szervezők baráti körének lakásaiban elérhető ingyenes szállás és az útiköltség töredékét fedező helyi DJ-gázsik fejében vállalják ezeket az utakat [65](#).

Míg a nemzetközi kapcsolatok kiépítésének első lépései szinte mindig az interneten történnek, a kelet-közép-európai regionális hálózat a virtuális [66](#) és a valós [67](#) találkozások során formálódott. A külföldi DJ repülőjegyköltségének megosztására épülő, több helyi fellépést összehangoló regionális együttműködések ritkák. A kis helyi érdeklődés miatt általában csak hétvégi napokon van értelme nu jazz-bulikot rendezni. A hosszú vonat- és autóutakkal összekötött, a bulikra és néhány órás alvásra elegendő villámlátogatások a külföldi DJ-k számára sem kényelmesek, de nem nagyon hagynak teret a nyugodt körülmények között zajló beszélgetésekre sem, s ezzel a helyi kulturális termelők kapcsolatépítési és információcserélési esélyeit is csökkentik.

Gyakoriak viszont a régióban aktív DJ-k kölcsönös látogatásai mind DJ-fellépések ürügyén, mind más kulturális események – például filmfesztiválok és koncertek – kapcsán. Ezek a személyes találkozók a komputer által közvetített kommunikáció mellett további lehetőséget adnak az együttműködések leggyakoribb formáira: a zenéről és kapcsolatépítési lehetőségekről szóló információcserére, valamint a rendezvények szervezésével, zenekészítéssel és a független zeneiparban folytatott túléléssel kapcsolatos gyakorlati tapasztalatok cseréjére. A megjelenés előtt álló zenét tartalmazó írható CD-k cseréje és másolása [68](#) a találkozók nagyon fontos eleme, hiszen ez biztosítja a következő néhány hónapban az új zenéhez nehezebben hozzáférő DJ-k számára, hogy szelekcióik frissek legyenek, és ne maradjanak el a nemzetközi nu jazz-szintér eseményeitől.

A korábbiakhoz hasonlóan az alulról jövő transznacionális együttműködés ez utolsó példája is magyarázható az „idő

és tér összesűrűsödése"-ként <sup>69</sup>. Az új zenei felvételek terjedési sebessége a számítógép által közvetített kommunikációnak és a kulturális termelés decentralizált, hálózati formáinak köszönhetően felgyorsult. Az idő összezsugorodása a marginális kulturális formákhoz való hozzáférés szempontjából csökkenti a földrajzi elhelyezkedés jelentőségét:

„Ezzel az internet-dologgal, tudod, igazán úgy érzem, [...] hogy ez egy ilyen globális dolog. Szóval amikor a dolgok történnek... tudod... mikor Gilles [Peterson] az új számokat játssza, azonnal meghallgathatod. Szóval nekem alapvetően nem olyan nagy a különbség aközött, hogy Ljubljanában vagy Londonban élek. Persze a bulik, az más dolog. A dolgok hangulatát koncerteken és bulikon érzed csak igazán, szóval az tényleg nem ugyanaz, mint az internet. De az információt tekintve nincs különbség.”

A helyhez fűződő viszony változását a „kiágyazódás” <sup>70</sup> elméleti keretében is magyarázhatjuk. Az egyén lakhelyén túli zenéhez és információhoz való hozzáférés, illetve az e helyen kívül élő személyekkel folytatott együttműködések tekintetében az internet egyértelműen felfogható „szakértő rendszer”-ként, az angol nyelv pedig „szimbolikus egyenértékes”-ként, amely kiemeli a kulturális termelők társas kapcsolatait a „helyi interakció kontextusaiból”, és „a tér-idő meghatározatlan szakaszán” <sup>71</sup> alakítja ezeket újjá. Ugyanakkor Ozren „valódi” zenei események elérhetetlenségére vonatkozó kijelentése, vagy a külföldi fellépők útiköltségeinek megosztására épülő együttműködések gyakorlati nehézségei azt mutatják, hogy az idő és a tér továbbra is fontos tényezők. A helyi kulturális gazdaság fenntartása pedig az egyes kulturális termelők társas kapcsolatainak jó részét lokális, városi kontextusukhoz köti.

## 5. Következtetések és további kutatási irányok

Tanulmányomban az alulról jövő kulturális globalizációt a nemzet feletti kulturális termelés egy konkrét példáján keresztül tárgyaltam, és amellett érveltem, hogy az együttműködés e hálózati modellje alternatívákat kínál a profitorientált, nagyvállalati kultúripar által piacra dobott kulturális termékek mellett. Etnográfiám igazolta, hogy (1) az internet fontos szerepet játszhat a határokon átnyúló, alulról szerveződő kulturális termelésben; valamint (2) a számítógép által közvetített kommunikáció és a decentralizált szervezeti formák kombinációja hatékonyan támogatja marginális kulturális formák eljutását olyan helyekre, amelyek nem tekinthetők üzletileg kecsegtető piacoknak.

Hiba lenne azonban kizárólag a független zenei hálózatok sajátosságának tekinteni a kulturális termelés nemzetközi szervezésének fent vázolt új lehetőségeit. Tanulmányomban a kultúrát tág, a szellemi tevékenységek összességét leíró fogalomként használtam. Ha a szellemi tevékenységek egyéb köreiben is elkezdünk hasonló, alulról szerveződő, öntevékenységre épülő termelési modelleket keresni, hamarosan hasonló városi és/vagy transznacionális hálózatokra bukkanunk például a képzőművészet, a tudományos munka vagy a politikai aktivizmus terén. A kulturális termelés és a társadalmi önszervezés új, internethasználatra alapozott modelljeinek további vizsgálata segíthet abban, hogy jobban megértsük, miként változtatja meg a világháló a kulturális állampolgárság fogalmát, a hatalom társadalmi elosztását, a politikai és/vagy kulturális ellenállás és részvétel lehetőségeit, a nemzetközi együttműködések gyakorlatát, illetve az egyes városok kultúráját.

## Irodalom

Appadurai, Arjun (1996) *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation*. London: University of Minnesota Press.

Appadurai, Arjun (2000) Grass-roots Globalisation and Research Imagination. *Public Culture*, 12(1): 1-19.

Caputo, Virginia (2000) At 'home' and 'away'. In: Amit, Vered (ed.) *Constructing the Field. Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*. London: Routledge.

Castells, Manuel (1996) *The Rise of Network Society*. London: Blackwell Publishers.

Castells, M. (2001) *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.

Clifford, James (1986) Introduction: Partial Truths. In: Clifford, James & Marcus, George E. (eds) *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. London: University of California Press.

Clifford, James (1988) On Ethnographic Authority. In: *The Predicament of Culture*. London: Harvard University Press.

Clifford, James (1997) *Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, London: Harvard University Press.

Deleuze, Gilles és Guattari, Felix (2002) *A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia*. London: Continuum.

Gresham, John L. (1994) From invisible college to cyberspace college: computer conferencing and the transformation of informal scholarly communication networks. In: *Interpersonal Computing and Technology*, 2(4): 37-52. Elérhető az interneten: <http://jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1994/n4/gresham.txt> (2004.02.02.).

Guarnizo, Luis Eduardo & Smith, Michael Peter (1998) The Locations of Transnationalism. In: Guarnizo, Luis Eduardo & Smith, Michael Peter (eds) *Transnationalism from Below' a thematic issue of Comparative Urban and Community Research*, 6., New Brunswick: Transaction Publishers. Elérhető az interneten:

<http://hcd.ucdavis.edu/faculty/guarnizo/LocaTrans.pdf> (2004.02.02.).

Hammersley, Martyn (1992) „On Practitioner Ethnography.” In: *What’s Wrong with Ethnography*. London: Routledge.

Hammersley, Martyn & Atkinson, Paul (1995) *Ethnography. Principles in Practice*. London: Routledge.

Hannerz, Ulf (1990) *Cosmopolitans and Locals in World Culture*. In: Featherstone, M. (ed.) *Global Culture*. London: Sage.

Hannerz, Ulf (1996) *Transnational Connections. Culture, People, Places*. London: Routledge.

Hannerz, Ulf (1998) *Transnational Research*. In: Bernard, H.R. (ed.) *Handbook of Methods in Cultural Anthropology*. London: Altamira.

Haraway, Donna J. (1991) *Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective*. In: *Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature*. London: Free Association Books.

Harvey, David (1990) *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwell.

Hesmondhalgh, David (1998) *The British Dance Music Industry: A Case Study of Independent Cultural Production*. *British Journal of Sociology*, 49(2): 234–251.

Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. (1990) *A kultúripar*. In: *A felvilágosodás dialektikája 1*. Budapest: Gondolat & Atlantisz.

Hunderley, Tom (2000) *Graying Trieste Sets Stage for Europe*. *Chicago Tribune*, July 31, 2000. Elérhető az interneten: [http://www.istrianaet.org/istria/news/america/chicago\\_trib/00-0731trieste.htm](http://www.istrianaet.org/istria/news/america/chicago_trib/00-0731trieste.htm) (2004.02.02.).

Kalocsai Csilla (2000) *The Multi-Sited Research Imaginary: Notes on Transnationalism and the Ethnographic Practice*. A Yale Egyetem 2000. december 4-i összehasonlító kutatási műhelyén tartott előadás. Elérhető az interneten: <http://www.yale.edu/ccr/kalocsai.doc> (2004.02.02.).

Laing, David (1997) „Rock Anxieties and New Music Networks.” In: McRobbie, Angela (ed.) *Back to Reality? Social Experience and Cultural Studies*. Manchester: Manchester University Press.

Lash, Scott & Urry, John (1988) *The End of Organized Capitalism*. Cambridge: Polity.

Lull, James (2000) *Globalisation*. In: Beynon, J. & Dunkerley, D. (eds.) *Globalisation. The Reader*. London: The Athlone Press.

Lull, James (2002) *Superculture*. Elérhető az interneten: <http://members.aol.com/JamesLull/superculture2.html> (2004.02.02.).

Marcus, George E. (1995) *Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography*. *Annual Review of Anthropology*, 24: 95–117.

Maughan, Tim & Smith, Richard J. (2000) *Ifjúsági kultúra és posztfordiánus gazdaság*. *Replika*, 39: 75–91.

Morley, David (1992) *Where the Global Meets the Local: Notes from the Sitting-Room*. In: *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge.

Morley, David (1995) *Theories of Consumption in Media Studies*. In: Miller, D. (ed.) *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*, London: Routledge.

Morley, David (2000) *Cosmopolitics*. In: *Home Territories: Media, Mobility, Identity*. London: Routledge.

Morley, David & Robins, K. (1995) *Tradition and Translation*. In: *Spaces of Identity*. London: Routledge.

Rheingold, Howard (1995) *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*. London: Minerva.

Rosaldo, Renato (1989) *Culture & Truth. The Remaking of Social Analysis*. Boston: Beacon Press.

Thornton, Sarah (1996) *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Wesleyan University Press: Hanover and London.

Tomlinson, John (1991) *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*. London: Pinter Publishers.

Tomlinson, John (1999) *Globalisation and Culture*. Cambridge: Polity.

Van Dijk, Jan (1999) *The Network Society*. London: Sage Publications.

Wellman, Barry (2001) *The Persistence and Transformation of Community: From Neighbourhood Groups to Social Networks*. *Report to the Law Commission of Canada*. Elérhető az interneten: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/lawcomm/lawcomm7.PDF> (2004.02.02.).

Williams, R. (1983) *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana Press.

Zukin, Sarah (1995) *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.

Zukin, Sarah (2000) How to Create A Culture Capital: Reflections on Urban Markets and Places. In: *Tate Modern Catalogue 2000*. London: Tate Modern.

## Lábjegyzetek

1

A tanulmány a Goldsmiths College (University of London) „Globalisation, Culture and the City” Masters programja számára 2002-ben készített szakdolgozat átdolgozott, magyar nyelvű változata. A programban való részvételt és a jelen tanulmány alapjául szolgáló kutatást a Brit Külügyminisztérium Chevening Ösztöndíja tette lehetővé.

2

Lásd például Zukin (2000).

3

A szövegben található idegen nyelvű idézeteket a szerző fordításában közöljük - a szerk.

4

E zenei stílust a 3. rész elején írom le bővebben.

5

Bár Max Horkheimer és Theodor Adorno kultúrákritikája sok szempontból problémás, kifejezésük találó (Horkheimer&Adorno, 1990).

6

John Tomlinson (1999) kiváló áttekintést nyújt a kulturális globalizációval foglalkozó főbb elméleti elképzelésekről és vitákról.

7

A kulturális homogenizációval kapcsolatos vita részletes ismertetését lásd Tomlinson (1991). Az egyéni értelmezésekkel, használatokkal, a helyi és a globális kultúra elemeire egyaránt építő kulturális hibridekkel és kreolizációval kapcsolatban fontos még: Appadurai (1996), Lull (2000; 2002), Morley (1992; 1995; 2000), Morley és Robins (1995), valamint Hannerz (1996).

8

A városi közösségeket kutató Luis Eduardo Guarnizo és Michael Peter Smith alulról jövő transznacionalizációnak (transnationalisation from below) nevezi a transznacionális migráns közösségek mindennapi életére jellemző kollektív cselekvések azon csoportját, amelyek alternatívát nyújtanak e közösségek tagjainak a nemzetállamok hivatalos intézményrendszere és a multinacionális tőke által felülről rájuk kényszerített hegemon tendenciák mellett/helyett. Guarnizo és Smith a hibrid csoportidentitás megteremtését és a migráns vállalkozók által létrehozott transznacionális üzleti hálózatok kiépítését ünneplő elméletek kritikai összefoglalását nyújtják, s megjegyzik: amellet, hogy elfogadják az e jelenségekben rejlő hegemoniaellenes potenciál létét, e mozgalmak nem mindig lépnek a tudatos ellenállás vagy politizálás útjára (Guarnizo & Smith, 1998). Arjun Appadurai az alulról jövő globalizáción (globalisation from below vagy grass-roots globalisation) a globalizáció által okozott gazdasági és környezeti károkkal szembeni, alulról jövő, tudatos politikai ellenállás szféráját érti (Appadurai, 2000). Én alulról jövő kulturális globalizáción inkább Guarnizo és Smith lényegesen tágabb definíciójának nyomán az alternatív, az állami és a nagyvállalati szférán kívüli, az abban részt vevők autonóm együttműködése által létrehozott transznacionális kulturális termelést és cserét értem.

9

A hálózati alapú szervezetek térnyerése szorosan kapcsolódik a „szervezett kapitalizmus” (Lash & Urry, 1988) centralizált, térben koncentrált, hierarchikus vezetési és munkaszervezési módszereinek csődje által kikényszerített gazdasági szerkezetváltozáshoz is. Az egyes vállalati funkciókat az anyacégtől függetlenül, horizontálisan szervezett beszállítói hálózaton keresztül szervező flexibilis termelési formát a korábban vertikálisan és bürokratikus irányított nagyvállalatok működési költségeinek csökkentése mellett az a cél hívta életre, hogy e cégek - a centralizált döntéshozási procedúrákat kiiktatva és az egyes egységek helyi tudását kiaknázva - gyorsabban és rugalmasabban alkalmazkodjanak az előre nem látható piaci változásokhoz (Castells, 1996: 167-173). Az alulról szerveződő, informális, lazán szervezett, a vállalat fenntartásának költségeit - telephely, bérek - gyakran internalizáló, személyesen motivált szereplők által fenntartott kulturális hálózatok legtöbbször rugalmasabbak, mint a kultúripar decentralizált intézményrendszere.

10

Dolgozatomban Raymond Williams (1983) tág, az intellektuális tevékenységek összességét magában foglaló kultúra-definícióját használom.

11

Egyidejű és időben eltolt; egyirányú vagy kétirányú; két személy közötti (one-to-one), egy személytől a csoport felé irányuló (one-to-many), illetve csoporton belüli (many-to-many). A kommunikálható tartalom típusait tekintve multimediális, azaz szöveget, képet, mozgóképet, hangot és adatbázisokat egyaránt közölhetünk az interneten keresztül (van Dijk, 1997: 31-39; Castells, 1996: 328).

12

Természetesen ez a viszonylag olcsó hozzáférés csak a társadalom egy része számára jelent valós lehetőséget. Az internethez szükséges informatikai infrastruktúra megvásárlása, illetve a nyelvtudás és a „számítógépes írástudás” általában éppen a társadalom eleve hátrányos helyzetű csoportjai számára elérhetetlen, így az egyre hatékonyabb és a gyors információszerzésre és feldolgozásra épülő társadalmi versenyben tovább növeli lemaradásukat. Castells részletesen elemzi a „digitális szakadék” problémakörét az Amerikai Egyesült

Államok kontextusában, illetve globálisan. Könyve a közelmúltban ezzel kapcsolatban végzett kutatások eredményeit is összegzi (Castells, 2001: 247-274).

Az internetre is gyakran használt rhizome, a tarackszerű gyökér metaforája Deleuze és Guattari elméleti konstrukciója (Deleuze & Guattari, 2002: 3-25).

A kifejezésen mind a konkrét zenei felvételeket, mind az azokra vonatkozó információkat értem.

Mindannyian férfiak, de ez elég jól reprezentálja a szintér nemi arányait. Összesen egy nőről tudok a régió DJ-i között.

Szakzsargon a DJ által prezentált zenei műsorra. A DJ-szet megítélésének szempontjai: a DJ által bemutatott zeneszámok kiválasztása (szelekció), az egyes zeneszámok egymásutániságát meghatározó koncepció (építkezés), az egyes zeneszámok közötti váltások, átmenetek technikai megoldása (keverés).

E kifejezés magyarításáért Kemény Vagyimnak tartozom köszönettel.

Terjedelmi okokból nem térek ki bővebben e módszertanból, illetve saját bennfentes pozícióból eredő vélt vagy valós módszertani problémákra. A multilokális módszertannal kapcsolatban a következőket ajánlom: Marcus (1995), Hannerz (1998), Clifford (1997), Kalocsai (2000). A bennfentes perspektívával kapcsolatban: Caputo (2001), Clifford (1986; 1988), Haller (2002), Haraway (1991), Edwards (1992), Hammersley (1992), Hammersley és Atkinson (1995), valamint Rosaldo (1989).

Feltehetőleg a zenei szakújságírás számlájára írható a futurisztikus fonetizmus, amely a „new jazz”-t írja így.

E dolgozat terjedelme nem ad lehetőséget a következőkben megemlített műfajok történetének és stílusjegyeinek ismertetésére. Az egyes irányzatokra rákeresve az interneten bővebb tájékoztatást találhat a zenei kategóriarendszer iránt érdeklődő olvasó.

A tánczenestílusok köré szerveződő klub(szub)kultúrákkal kapcsolatban lásd Thornton (1996).

Forrás: [http://www.wkrz913.com/zfavs\\_gilles.html](http://www.wkrz913.com/zfavs_gilles.html) (2004. II. 23.).

A nu jazz egy viszonylag új kifejezés az eklektikus megközelítés leírására. Az 1980-as évek végének Bécsében kialakuló alternatív klubszintér zenei választéka hangminta alapú hip hopra és a hangminták eredeti forrásaira - régi funk, soul és jazz lemezekre - épült.

Forrás: <http://www.cityguide.travel-guides.com/cities/vie/CityStatistics.asp> (2004. II. 23.).

Egy elektronikus tánczenével foglalkozó disztribúciós cég több, mint egyszerű nagyker, főként mivel az általa forgalmazott marginális kulturális termékek más terjesztési megközelítést és szakértelmet igényelnek, mint a tömegcikkek. E zenei disztribútorok fő erőforrásai a kis, szakosodott lemezboltokkal fenntartott kapcsolatok, az egyes helyi piacok és ízlések ismerete, illetve az egyes műfajok meghatározó DJ-ivel kialakított promóciós kapcsolatok, amelyek révén az egyes kiadványok célzott terjesztését és gyakran népszerűsítését is végzik. A disztribúciós cégek erős pozícióját jelzi, hogy a kiadókkal kötött szerződések bizonyos régiókra vagy az egész világra szóló exkluzív terjesztési jogokat garantálnak számukra.

A szakosodott lemezboltok a marginális zenei stílusok fő kiskereskedelmi egységei, amelyek sokkal erősebb, személyesebb kapcsolatban állnak e stílusok vásárlóival, mint a nagy zeneáruházak. A szaktoltok kisebb mennyiségeket adnak el, ám beszerzésük sokkal több kiadvány közül kell választaniuk, mint a popslágerlisták előadóit forgalmazó boltoknak, így érdekük vásárlóik igényeinek pontos ismerete. Az elektronikus tánczene specialistái a DJ-k legfőbb beszerzési forrásai, s így kínálatukban hangsúlyos szerepet kapnak a bakelit hanglemezek, bár CD-ket is kínálnak a klubkultúrákhoz kötődő vásárlóknak.

Bár a hanglemezek alapanyagául csak kezdetben használtak bakelitet, s már évtizedek óta szabvány a PVC alapú gyártástechnológia, a magyar köznyelv és klubkulturális szóhasználat egyaránt így hivatkozik a régimódi, analóg lemezekre.

Hasonló diverzifikációs folyamatot figyelhattunk meg a budapesti underground klubszintér kialakulása során. Mivel az alaposabb magyarázathoz több kutatásra volna szükség, csak néhány alapos sejtést fogalmazhatok meg a diverzifikáció okaival kapcsolatban: (1) a DJ-k néhány év alatt megtalálják saját stílusukat; (2) ahogy a szintér fejlődik, a lemezboltosoknak lehetőségük nyílik az egyes zenei alműfajokon belül is egyre szélesebb választékot nyújtani; (3) megszűnnek a kezdeti nehézségek, amelyek szükségessé tették a bulik szervezésekor az eltérő zenei érdeklődésű emberekkel való együttműködést; és (4) ahogy a DJ-k és a szervezők száma, illetve a potenciális közönség mérete növekszik, szükségessé válik egyfajta megkülönböztető „piaci pozicionálás”, hogy felismerhetőek maradjanak a versenyben.

A Horvát Nemzeti Idegenforgalmi Hivatal információja. Forrás:

[http://www.croatia.hr/destinations/general.aspx?id\\_destination=470&id\\_property=16&type=main](http://www.croatia.hr/destinations/general.aspx?id_destination=470&id_property=16&type=main) (2004. II. 23.).

A fesztivált 2003-ban nem rendezték meg, ám 2004-ben valószínűleg ismét megtartják.

31

Az mp3 az MPEG-3 tömörítési technológiát használó digitális hangfájlformátum, amely a tömörítés nélküli formátumoknál kisebb mennyiségű adatot tartalmaz, így az internetről gyorsabban letölthető, és kevesebb helyet foglal a számítógépek merevlemezein vagy az írott CD-ken. Az internetes zeneforgalom túlnyomó többsége ebben a formátumban zajlik.

32

Dus például hangszerel, hangmérnökösködik, reklámfilmzenét ír.

33

2002-es becslés. Forrás: [http://www.countrywatch.com/cw\\_country.asp?vCOUNTRY=22](http://www.countrywatch.com/cw_country.asp?vCOUNTRY=22) (2004. II. 23.).

34

A legtöbb utcai árus szerb. A kalóz-CD-ket áruló boltok nagy része Szarajevó szerb negyedében található.

35

A féltucatnyi - illegálisan másolt szoftverek, hangfelvételek és filmek széles körét kínáló - üzlet egy eldugott kis utcában található, amely legalább olyan ismert és népszerű a külföldi békefenntartó katonák, mint a helyi lakosság körében.

36

Ezek az eszközök a magas szállítási költségeknek és a vámnak, valamint a kis számú helyi forgalmazó közötti verseny hiányának köszönhetően Szarajevóban a bécsi boltok árainál 50 százalékkal drágábbak. Az átlagjövedelem természetesen nagyságrendekkel alacsonyabb, mint Bécsben.

37

Gyakori eset, hogy a helyek tulajdonosai csak hetekkel a megbeszélte időpont után vagy egyáltalán nem fizetik ki a DJ-ket. Előfordul az is, hogy az előre kialakított DJ-gázsiknál lényegesen kevesebb pénzt fizetnek, vagy napokkal a megrendezés időpontja előtt lemondják a rendezvényt. Az is előfordul, hogy nem biztosítják az előre megbeszélte technikai feltételeket.

38

Amennyire Enes történeteiből kiderült, Szarajevóban nem a kapitalizmus profitorientált racionalizmusa irányítja az egyes intézményeket: a pozícióföltés, a szakmai féltékenység, a régi, bevett módszerekhez való ragaszkodás, az új megközelítésekkel szembeni gyanakvás ugyanúgy jellemzi a rádiók, mint a szórakozóhelyek és a hatóságok vezetőinek döntéseit.

39

Nu jazz-mixekben gyakran előforduló, viszonylag új stílus. A „nyugat-londoni hangzás”-ként is ismert műfaj a Roy Ayers és Herbie Hancock által az 1970-es évek végén képviselt boogie disco zenei örökségére - jazzharmóniakra, poliritmikus lüktetésre és a szintetizátort előtérbe helyező hangszerelésre - épít.

40

Ez az általános vélemény a régióban, s ezt az utcákon járó drága és új autók aránya, a boltok és a kávézók árszínvonala, valamint a felső középosztályt célzó nemzetközi márkák jelenléte is alátámasztani látszik.

41

Forrás: <http://www.film-sklad.si/eng/co-productions/country-info/> (2004. II. 23.).

42

Harmincéves múltjával ez Európa legrégebb óta működő egyetemi rádiója.

43

A Trieszti Gazdasági Kamara Kutatási Osztályának adatai. Forrás: <http://www.ts.camcom.it/english/tsincifre.htm> (2004. II. 23.).

44

További érdekes adat, hogy több nyugdíjas él itt, mint aktív dolgozó (Hundley, 2000).

45

A chill out szobák az elektronikus tánczenei rendezvények „menedékei”: az ezekben szóló lassabb tempójú zenék vagy teljesen ütem nélküli, atmoszférikus, ambient hangképek erős kontrasztban állnak a többi helyszín hangos, gyors, zaklatott muzsikájával. A chill out szobák az ellazulás, a beszélgetések és a nyugalom terei. Funkciójukat gyakran belső kialakításuk jellegzetességei - puffok, szőnyegek, párnák, zsámolyok, hipnotikus hatású vizuális/dekoratív elemek - is tükrözik.

46

A zene iránti lelkesedés prioritást élvez a profitszemponatokkal szemben, de ez utóbbiak sem hagyhatóak teljesen figyelmen kívül. A Kontrapunkt-estek és a CodeEP által szervezett Loungebox nevű nu jazz-rendezvények 2002 nyarára akkora veszteségeket termeltek, hogy szervezőik azóta is sokkal kevesebb külföldi DJ-t hívnak, mint korábban. A zágrábi szervezők az előző év - főként a korábbi szponzorok visszalépésének köszönhető - veszteségei miatt 2003-ban nem rendezték meg a Kontrapunkt fesztivált. Tony 2002 nyarán bezárta trieszti lemezboltját, és strandfelügyelői állást vállalt, miközben az üzlet végleges felszámolását fontolgatta.

47

A célközönség nagyobb hatásfokú elérését célozza az a marketingstratégia, hogy a nagy lemezcégek nu jazz közeli megjelenéseit általában független promóciós és disztribúciós cégeken keresztül népszerűsítik és terítik.

48

A jobban fejlett DJ-piacokkal rendelkező városokban - ahogy Bécsben is - a nagy zenei áruházláncokban is kapható bakelit.

49

Enes jogosan hívja fel a figyelmet arra a visszás gyakorlatra, hogy a nagy lemezcégek Kelet-Európában is ugyanazt az árat kérik az általuk kiadott lemezekért, mint Nyugat-Európában, miközben kelet-európai leányvállalataik működtetése során lényegesen alacsonyabbak az infrastrukturális költségeik, és a szintén alacsonyabb kelet-európai bérszínvonalon fizetnek. Annak ellenére, hogy az olcsó működéssel összhangban megtehetnék, hogy a régió átlagos bérszínvonalához igazítják a CD-árakat, nem teszik, s így még saját alkalmazottaiknak sem marad elég, zenére költhető pénzük.

50

Ez megfelel a posztfordiánus nagyvállalatok just-in-time logisztikai módszerének.

51

Gyakran mindezt egyetlen CD-n, mp3 formátumban.

52

A peer-2-peer fájlcsere-előadó rendszerek úgynevezett elosztott hálózati technikára építő szolgáltatások. E technológia akkor nyert teret, amikor a Napstert (az első internetes zenecsere-előadó szolgáltatást) jogi úton szerzői jogot sértő működésének beszüntetésére kényszerítette a zeneipar. Míg a Napsternél egy központi szerver tartotta nyilván az egyes felhasználók gépein található, csere-re felajánlott zenészműveket, a P2P rendszereknek nincs ilyen központi magjuk: gyakorlatilag minden gép egyenlő jogú szerverre válik, amelyre a P2P szoftvert letöltik. A szolgáltatásnak így gyakorlatilag nincs perelhető központi üzemeltetője, s csak az egyes felhasználók ellen indítható jogi eljárás. Ez megnehezíti az egyes szolgáltatások bezárását. Az interjúalanyaim által leggyakrabban említett P2P-szolgáltatás a <http://www.slsknet.org/> (2004. IV. 23.) címről letölthető SoulSeek volt, mivel – kutatásom idején – innen lehetett a legtöbb nu jazz-felvételt letölteni.

53

Ezt támasztja alá a Bécsben élő DJ, Tom Wieland beszámolója Ausztria fővárosáról: „Bécset sokan Kelet kapujának tartják, különösen azoknak a fejleményeknek a fényében, amelyek jelenleg az Európai Unióban zajlanak.” Érdemes hangsúlyozni, hogy Bécs nemcsak a személyes lemezbeszerzőutak fő célpontja, de a régió szakosodott lemezboltjait ellátó legfontosabb disztribúciós cég – a Soul Seduction – székhelye is. E régió belüli centrális szerep legalább annyira magyarázható geopolitikai okokkal („az EU keleti kapuja”), mint a bécsi szintér „fejlettségével” vagy az Osztrák-Magyar Monarchia továbbélő örökségével.

54

Ilyen például az Acid Jazz levelezőlista [<http://www.cmd.uu.se/AcidJazz/>] (2004. II. 23)] és a Nu Jazz Warriors fórum (a fórum a tanulmány írásakor már nem volt elérhető eredeti helyén [<http://njw.iscool.net/>], bár az abban részt vevők továbbra is on-line közösségként működnek különböző fájlcsere-előadó szolgáltatások keretein belül [például: <http://www.audiogalaxy.com/groups/group.php?&gID=423026> (2004. II. 23)]).

55

Enes így beszél erről: „A kisebb kiadókra koncentráltam. Aztán mindegyik küldött lemezeket. Nem volt különösebb gondom, de nem tudtam, hogy kinek írjak még és milyen stílusban. Ezt mind magamtól kellett megtanuljam. Ezzel nem volt gondom. Sokkal komolyabb problémát jelentett az a vákuum, ami akkor keletkezett, amikor nem tudtam nekik elküldeni a rádióban lejátszott számok listáját, illetve nem tudtam összerakni a saját honlapomat. Szóval egyszer elküldték [a lemezeket], és azt gondolták: »Elküldtük a dolgainkat Szarajevóba. Ez remek. A srác megköszönte, de semmilyen egyéb visszajelzést nem kaptunk. De idővel egyre jobbak leszünk ebben. Kialakítasz valamiféle kapcsolatot a kiadóval, és ők azt gondolják: »Megbízunk benned. Látjuk a játszási listáidat. Szóval működik. De ez olyasmi, amivel állandóan foglalkoznod kell.»

56

A legrövidebb internethasználat fél-egy órás, de volt olyan, egy internetes cégnél vezető beosztásban dolgozó DJ is, aki napi három-négy órát töltött zenei ügyekben a világhálón. Talán különösen hangzik, de hasonló munkahelyi és lemezlovas múlttal a hátam mögött nyugodtan állíthatom: ez lehetséges.

57

Kutatókörutamat és az annak keretében szolgáló DJ-turnét Londonból körülbelül egy hét alatt szerveztem le e-mailben, anélkül, hogy akár egyszer is telefonálnom kellett volna.

58

Legtöbbjük napjában legalább egyszer megnézi elektronikus postafiókját, és megválaszolja a sürgős leveleket.

59

Az egyes hírlevelek különböznek tartalmukban és stílusukban, de általában angolul íródnak, és a rádióműsorokban lejátszott felvételek, toplisták mellett beszámolnak a helyi eseményekről és a külföldi fellépésekről is.

60

Howard Rheingold szerint a virtuális közösségek olyan „társadalmi csoportok, amelyek a neten jelennek meg, ha elég ember elég hosszú ideig elég emberi átéléssel vesz részt [...] nyilvános vitákban ahhoz, hogy személyes kapcsolatok hálóját hozza létre a kibertérben” (Rheingold, 1995: 5). Barry Wellman (2001) emlékeztet arra, hogy a virtuális közösségek nem a fizikai térben létező közösségek ellentétei, hanem eltérő szabályokkal és csoportdinamikákkal rendelkező közösségtípusok, amelyek kölcsönhatásban állnak más közösségtípusokkal. A virtuális közösségek tagjainak on-line szerzett élményei és ismerősei nem válnak el élesen a fizikaivalóság-beliéktől.

61

Ha budapesti kapcsolatokat keresve a „+ nu jazz + Budapest + DJs” kifejezést futtatjuk a <http://www.google.com> -on, az első találatok között szerepel saját hírlevelem.

62

A hírlevéljelenség könnyen magyarázható – Sharon Zukin terminológiáját használva – transznacionális szintű „zsezség-keltésként” (creating a buzz). Zukin szerint a „zsezség” a városok szimbolikus gazdaságaiban „publicitásból, pletykából és várakozásokból áll. [...] A zsezség fontossága, részben a 19. század óta a technológiai innováció kereskedelmi hasznosítására fektetett hangsúlyt tükrözi. A zsezség részben a média – újságok, képes magazinok, kábeltelevízió, honlapok és internetes csevegőszobák – fontosságát is jól mutatja a termékekről és hírességekről szóló tudás szétszórásában. [A] zsezség központi szerepet játszik a kulturális termelők életében is. A zsezség elmélyíti azt a tendenciát, hogy a kreativitásuk dokumentációját felőlelő »portfólióik» válnak az egyes termelőket hitelesítő »ajánlólevelekké. [...] A zsezség továbbá a város fogyasztási terei és intézményei között keringő kulturális termelők, munkaadók, ügyfelek és támogatók összekapcsolódó hálózatainak között zajló kommunikáció fő médiuma” (Zukin, 2000: 261).

63

John Tomlinson a globalizáció áramlás-metaforát használó modelljei által háttérbe szorított kölcsönhatásokra koncentrálnak, és a globalizáció lényegét összetett összekapcsolhatóságként (complex connectivity) ragadja meg. Ez a megközelítés „a modern világ empirikus állapotából” (Tomlinson, 1999: 2) indul ki, és az egymástól nagy fizikai vagy fogalmi távolságra elhelyezkedő helyek, emberek, cselekvések, folyamatok, tárgyak és elképzelések közötti potenciális, illetve már létező kapcsolatok egyre növekvő számára utal.

64

Többek között Londonból, Hamburgból, New Yorkból, Bécsből, Münchenből. A műsorok teljes felsorolása, az azokban lejátszott felvételek listái megtalálhatóak a <http://www.radio3.ba/news.htm> (2004. II. 23.) címen.

65

A régió legnehezebb körülményei - a legmagasabb repülőjegyárak, a legalacsonyabb átlagos belépőjegyárak - között dolgozó Enes a következőképpen számol be arról, hogy még így is meg tud hívni külföldi fellépőket: „Promók miatt veszem fel az előadókkal a kapcsolatot. Megnézik a honlapunkat, és megkérdezik, hogy felléphetnek-e itt. Nem azért jönnek Szarajevóba, mert nagy klubszíntere van, vagy mert messze földön ismert minőségi zenéjéről és a magas DJ-gázsikról. Ez nem a DJ-k Mekkája. Az emberek, akikkel felveszem a kapcsolatot, szeretik a zenét és szeretik a kalandokat. Szeretnek megismerni helyeket. Emberekkel lógni. Távolinak és különösnek hangzó helyekre utazni. Legtöbbször ezért jönnek ingyen. Szeretnének valamilyen indokot arra, hogy idejöjjenek. Vannak olyanok is, akik maguk fizetik a [repülő]jegyüket.”

66

Az interneten és a lemezborítókön talált, illetve a más kulturális termelők által átküldött címekre küldött e-mailek formájában.

67

A Kontrapunkt Future Jazz Festivalok például a rendezvény szórakoztató funkcióin túl a régió és a nemzetközi szintén DJ-inek informális konferenciáiként is működtek.

68

Ezeket az írható CD-eket gyakran hívják Hush Hush-nak. A kifejezés szabadon Pszt! Pszt!-nek fordítható, és a megjelenés előtt álló kiadványok másolásával kapcsolatban igen érzékeny előadók és kiadók előtti titkolózásra utal. Másoláskor a felek gyakran rögzítik saját feltételeiket („Lemásolhatod, de nem másolhatod tovább senkinek.” „Ha valaki rákérdez, nem tőlem szerezted.” „Nem játszhatod a rádióműsorodban, és nem írhatod be a toplistába, amíg hivatalosan meg nem jelenik.”). Ez a gyakorlat még a zenével legjobban ellátott szintereken és a legismertebb nu jazz-DJ-k között is általános. A megjelenés előtt álló zenéket csak nagyon fontos és megbízható DJ-k kapják meg a tömeges kalózmásolástól és az internetre való feltöltéstől féltő kiadóktól, így az új zene iránti éhséget a zene szeretetén túl a státussal kapcsolatos aspirációik is táplálják.

69

Bár David Harvey (1990) e fogalmat (time-space-compression) a modernizáció kontextusában alkotta meg, jól használhatjuk a modernitás projektjéhez szorosan kapcsolódó globalizáció leírásakor is, amely az „összetett összekapcsolhatóság” megjelenésével párhuzamos kognitív folyamatra utal. A térrel és az idővel kapcsolatban alkotott elképzeléseink radikálisan megváltoztak a földrajzi távolságok legyőzésének csökkenő időigényével, illetve a távoli világokkal történő érintkezés új, média és telekommunikáció által közvetített formáinak megjelenésével (Morley, 1992).

70

Anthony Giddens fogalma (disembedding), amelyet Tomlinson (1999: 55) interpretációjában ismertettek. A kiágyazódást két mechanizmus működteti: a szimbolikus egyenértékesek (symbolic tokens) és a szakértő rendszerek (expert systems). A szimbolikus egyenértékesek „szabványos értékkel rendelkező csereeszközök, így a kontextusok sokaságán keresztül beválthatóak” (1999: 55), s így lehetővé teszik korábban elszigetelt személyek, tárgyak vagy műszaki rendszerek összekapcsolását. A közlekedés és a kommunikáció szakértő rendszerei „olyan műszaki tudásra épülnek, amelyek függetlenek az azokat használó személyektől” (1999: 55), így azok számára is lehetővé válik használatuk, akik nincsenek birtokában az előállításukhoz szükséges műszaki tudásnak. Ez szintén radikálisan megnöveli az egymással potenciálisan összekapcsolható aktorok számát, és az interakció összetettebb hálózatait hozza létre.

71

Lásd Tomlinson (1999)



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés







2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

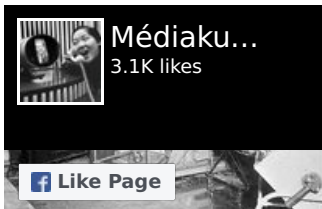
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Kisebbség

[Terestyéni Tamás:](#)

# A sajtó roma vonatkozású tartalmai a 2002-es parlamenti választások kontextusában

## Adalékok a hazai sajtó romaképehez

A tudatosabban tájékozódó és éppen ezért a közvélemény formálásában és a közbeszéd alakításában feltehetően meghatározó szerepet játszó csoportok számára nem utolsó sorban a sajtó képezi a politikai, gazdasági, kulturális eseményekről és folyamatokról, a sajtójukétól eltérő társadalmi csoportokról való információk forrását. Feltárandó, hogy a cigány kisebbségről milyen képet közvetít a nem cigány többség felé a hazai sajtó, az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportjában tartalomelemzést végeztünk a magyarországi napi- és hetilapoknak a cigányságot érintő közlésein. A vizsgálat a Nemzeti Kutatási és Fejlesztési Programok keretében készült, „A magyarországi romák politikai és emberi jogai - a jogok érvényesülésének társadalmi feltételei” címmel folytatott projekt része volt. Ez az írás a kutatás eddig nem közölt eredményeit összegzi.

## A vizsgálat mintája és módszere

Az elemzés anyagát az összes országos és megyei (valamint néhány városi) napi- és hetilap 2002 első négy hónapjában megjelent cikkei képezték. A gyűjtést a Fővárosi Önkormányzat Cigányháza (Romano Kher) megbízásából a Herald Kft. végezte.

Vizsgálatunk a klasszikus értelemben vett tartalomelemzés és az értelmező szövegfeldolgozás kombinációjára épült. Egyfelől a cikkekben érintett, a kutatás szempontjából releváns témák, fogalmak és állítások gyakoriságából, másfelől a szövegek közvetítette explicit és implicit üzenetekből kiindulva igyekeztünk a sajtó romaképét jellemezni.

## A vizsgált sajtóanyag tematikus összetétele

A minta által reprezentált 32 napilapnak és nyolc hetilapnak a vizsgált időszakban megjelent mintegy 3400 számára 826 - túlnyomó többségében rövid és közepes terjedelmű - roma vonatkozású cikk esett, ami azt jelenti, hogy átlagosan legfőljebb csak minden negyedik számban lehetett valamit olvasni a cigányságról. Ez még akkor is igen alacsony arány, ha nem zárjuk ki azt a lehetőséget, hogy néhány roma vonatkozású cikk véletlenül elkerülte a gyűjtők figyelmét. Vagyis még egy olyan időszakban is csak meglehetősen ritkán lehetett cigány vonatkozású írásokkal találkozni a magyar sajtóban, amikor az országgyűlési választások közeledte felerősítette a - népességénél fogva semmiképpen sem lebecsülhető - potenciális roma választópolgárok iránti közérdeklődést.

A 826 elemzett cikk 76 százaléka főtémaként, a fennmaradó 24 százalék melléktémaként foglalkozott valamilyen, a cigányokat érintő eseménnyel, illetve tárgykörrel. Az országgyűlési választások közeledte, majd a két választási forduló magától értetődő módon a választás témáját emelte a tárgyalt témakörök gyakorisági listájának első helyére (lásd az 1. táblázatot). Mivel a választásokkal foglalkozó szövegek, szövegrészek - melléktémaként - gyakran kitértek a romák társadalmi helyzetére, a felemelkedésüket szolgáló programokra és oktatásuk kérdéseire, a választási kontextus ezeknek a témáknak a gyakoriságát is jelentősen növelte.

**1. táblázat:** A roma vonatkozásokat tartalmazó közlések tematikus összetétele (százalék és abszolút számok)

	%	abszolút számok
A romák és az országgyűlési választások	39	322
A cigányok társadalmi helyzete	31	257
Romák oktatása, képzése	19	157

Roma kultúra	15	124
Romákat támogató programok	20	162
A roma önkormányzatok működése	12	101
Többség-kisebbség konfliktusok	26	215
Külföldi roma vonatkozások	4	33
<b>N</b>		<b>826</b>

A roma kultúra és a roma kisebbségi önkormányzatok működése, bár többnyire főtémaként, de viszonylag ritkábban szerepelt a vizsgált lapokban, külföldi vonatkozású roma információk pedig már csak elvétve fordultak elő. Annál nagyobb sajtófigyelem kísérte a roma kisebbség és a nem roma többség közötti konfliktusokat.

## Az országgyűlési választások roma vonatkozásai a sajtóban

Az országgyűlési választások közeledte magától értetődő módon ráirányította a közfigyelmet a hazai nemzeti-etnikai kisebbségek, elsősorban természetesen a cigány népesség parlamenti képvisellete ügyének alkotmányossági-törvényi rendezettségére (lásd a 2. táblázatot). A kisebbségek, illetve a cigányság szószólói több alkalommal is a sajtónyilvánosságot használták fel elégedetlenségük kifejezésére: „A politikusok nem akarnak teljes jogállású parlamenti képviselést biztosítani a hazai kisebbségeknek [...] Az Országgyűlés a mai napig nem oldotta meg a kisebbségek parlamenti képviselétét, jöllehet erre törvény kötelezi” (*Békés Megyei Hírlap*, március 12.); „[...] A romáknak nincs joguk megválasztani saját jelöltjeiket [...], lévén ez valamennyi szavazó magyar állampolgár joga” (*HVG*, április 19.) stb. Az elégedetlenségnek nagy nyomtatékot adott, hogy elkészült és igen nagy sajtónyilvánosságot kapott a kisebbségi jogok országgyűlési biztosának az előző évre vonatkozó jelentése. Kaltenbach Jenő „felhívja a figyelmet, hogy továbbra is megoldatlan a kisebbségek parlamenti képviselétének ügye. Ez a késlekedés a hazai kisebbségeket megfosztja egy alapvető alkotmányos joguk gyakorlásától” (*Népszabadság* és számos egyéb forrás, április 2., 4. és később is több alkalommal).

### 2. táblázat: A cigányság választási magatartását érintő sajtóanyag főbb témái (százalékban)

Általános alkotmányossági-törvényi kérdések a romák parlamenti képviselétével kapcsolatban	5
A Lungo Drom és a Fidesz-MPP választási szövetsége és a kapcsolódó kampányesemények	41
Baloldali roma vonatkozású kampányesemények	31
A Lungo Drom és a MIÉP kapcsolata	10
Roma szervezetek, jelöltek és programok	36
Roma személyiségek és szervezetek választási vitái, ütközései	28
A romákat ábrázoló választási óriás plakátok	6
Választási manipulációk, csalások	7
A parlamenti választásokat roma vonatkozásokkal érintő összes közlés	322

Az év elején – tulajdonképpen már a választási kampány jegyében – a lapok újra és újra visszatértek arra a „sokak számára meglepetés”-ként ható (*Heti Válasz*, január 18.) fejleményre, hogy „elsőként a Fidesz törte meg a jeget, és a Lungo Drommal kötött megállapodásával elérte, hogy a romák bekerültek a politikai piacra” (*Magyar Hírlap*, január 19.). A kampány kiteljesedésével a sajtóból is egyértelművé vált, hogy „a két nagy párt [...] egyaránt fontosnak tartja a roma szavazók megnyerését” (*Népszabadság*, április 5.). A jobboldal különösen nagy hangsúlyt helyezett arra – és ebben természetesen igen erős hátszelet jelentett a kormányzati pozíció –, hogy minél több olyan, a Lungo Drommal, illetve Farkas Flóriánnal közös nyilvános szereplést és nyilatkozatot produkáljon, amely médiaeseményné válhat és a cigányság számára vonzó üzenetet hordozhat; például: „a Fidesz támogatja a romákat. Munka és tanulási lehetőséget ígér minden romának a Fidesz és a Lungo Drom” (*Metro*, március 1.).

A választási harc felforrósodásával a lapok közléseit áthatotta a vezető politikai erőknek az az igyekezete, hogy az ellenfél lépéseire válaszoljanak, állításaira rácafoljanak, ötleteire, ígéreteire ráigérjenek. Például azt a hírt követően, hogy a Fidesz és a Lungo Drom választási sikere után „roma integrációs hivatalt állítanak fel” (*Veszprémi Napló* és még sok napilap, március 1.), a baloldalhoz húzó cigány szervezetek részéről hamarosan nagy nyilvánosságot kapott az az óhaj, hogy „szeretnék, ha választási győzelme esetén az MSZP létrehozná a cigányügyekért felelős tárca nélküli miniszteri posztot vagy a kancelláriához tartozó cigányügyi kabinetet” (*Népszabadság* és még sok lap, március 7.).

A kampány kontextusában nem utolsó sorban a sajtóban csapódtak le az ellenfelek egymással szembeni vádjai, illetve az azokra adott válaszok, viszontvadás; például: „Az Országos Roma Parlament cigányellenesnek minősíti a Farkas Flórián vezette Lungo Drom tevékenységét, a Fidesz-Magyar Polgári Párttal kötött választási szerződést a magyarországi cigányság elárulásának tekintti” (*Somogyi Hírlap* és még számos megyei napilap, február 28.); illetve: „A romák érdekében megegyezett, és nem lepaktált a cigány kisebbség a Fidesszel – utasította vissza az Országos Roma Parlament vádjait Farkas Flórián, a Lungo Drom elnöke” (*Petőfi Népe* és még számos megyei napilap, március 1.); vagy: „Fenyegetőzés a nyomorral. Az MSZP hazugságnak tartja a Lungo Drom állításait” (*Népszabadság*, április 18.) és: „Farkas: Kihasználta a romákat az MSZP” (*Magyar Nemzet*, április 18.).

Baloldali felvetések után végig visszatérő téma volt a kampány sajtójában a Fidesz-MPP-vel szövetséges Lungo Drom viszonya a MIÉP-hez. „A MIÉP miatt csapdába kerülhet a Lungo Drom” (*Népszabadság*, február 26.); „Váratlanul érte a Lungo Dromot a roma szervezet és a Fidesz közös jelöltjeként induló Raduly József nyilatkozata, miszerint ha a Fidesz a MIÉP-re is kiterjeszti a megállapodást, a Lungo Drom felmondja a párttal kötött egyezséget. A szóvivő szerint magánvéleményként kell értelmezni Raduly szavait” (*Magyar Hírlap*, február 26.) stb.

Kormányoldalról siettek leszögezni, hogy „a Lungo Drom nem fél a MIÉP-től” (*Magyar Nemzet*, február 26.), mindazonáltal a későbbi sajtószövegek nem sok kétséget hagytak afelől, hogy a nem ritkán rasszista húrokat pengető, radikális jobboldalhoz való viszony érzékeny pont lehet a Fidesz-Lungo Drom választási szövetségben; például: „A MIÉP-pel riogatnak [...] a baloldali roma értelmiségiek” (*Magyar Nemzet*, március 2.).

A roma politikai szervezetek sajtóbeli megjelenésének gyakorisági listáját kiemelkedően a Lungo Drom vezette, amiben az is szerepet játszhatott, hogy néhány roma szervezet magatartása szintén a Lungo Dromra irányította a közfigyelmet; például: „A Magyarországi Roma Összefogás Pártja csatlakozik a Fidesz-MDF-Lungo Drom összefogáshoz” (*Magyar Hírlap*, április 13.). A Lungo Dromot és Farkas Flóriánt leszámítva a többi roma szervezet, illetve személyiség meglehetősen esetlegesen tűnt fel a lapok hasábjain. Még Horváth Aladár, illetve a Roma Polgárjogi Alapítvány nevének viszonylag sűrűbb előfordulása is nem kis részt egy botrányosnak ítélt jobboldali eseményre adott jogi lépésnek volt köszönhető: március 25-én, illetve a következő napokban a sajtó nagy részét bejárta az a hír, hogy „becsületének és jó hírnevének megsértése miatt perli Kövér Lászlót Horváth Aladár, a Roma Polgárjogi Alapítvány elnöke, amiért a Fidesz-alelnök – a hangfelvételek tanúsága szerint – megélhetési romának és gengszternek titulálta őt egy kampánygyűlésen” (*HVG*, március 29.).

A jobboldali sajtó a kampány alatt visszatérően és igen elutasítóan foglalkozott a választási részvételre mozgósító óriásplakát-sorozattal, amelynek egyik darabja egy cigány családot ábrázolt. „Apa, anya és három ártatlan tekintetű kislány. Feltűnően jól öltözöttek, az asszony tele ékszerekkel, mosolyuk egy polgári család derűje. A legkevésbé sem emlékeztetnek egy valódi roma családra, szerepeltetésük viszont igen alkalmas arra, hogy némi Zámoly- meg Strasbourg-utánérzést keltsenek, megint csak félreérthetetlenül a kormányra mutogatva. Bár mutathatnának inkább maguk felé is, hiszen a Geszti-féle mentalitás pártjának tizenkét év is kevés volt, hogy egy hiteles roma politikust, egy magyar Jesse Jackson kineveljen” („Az ARC és ami mögötte van. A vitatott plakátkollekció politikai árukapcsolás: a kisebbségeket elnyomják, nyakunkon a náciveszély” – *Magyar Nemzet*, február 27.). A kifogásolt plakátsorozat különösen a *Magyar Demokrata* című hetilapnak volt kedvenc, nemritkán egészen szélsőséges hangvételt kiváltó témája; lásd például: „Szabad Demokrata parti. Plakátnvázio Soros-pénzen” (február 28.).

Végül a romákat a választás kontextusában érintő közlések külön csoportját képezték azok az írások, amelyek – jobb- és baloldaltól egyaránt – a másik felet olyasféle választási manipulációkkal, csalásokkal vádolták, hogy egyes településeken voksokért ajándékokkal lekenyerezték, megvásárolták a cigány választókat. „A jászladányi cigány önkormányzat elnöke elmondta: ő is hallotta, hogy településükön pénzért gyűjtöttek cédulákat, s arról is értesült, hogy azok árfolyama 500 és 1000 forint között mozog, de az információk valóságára nem sikerült bizonyítékokat szerezniük” (*Népszabadság*, február 16.); „Sajátos módszerek a romák megnyerésére. [...] Farkas Flórián [...] közölte, hogy autókról és benzinpénzről is gondoskodik, csak annyit kér, a roma vezetők szállítsák el szavazni a cigányokat. [...] A Hetek című hetilap szerint Farkas »azt mondta, hogy a Lungo Drom 200 ezer romát visz buszokkal a Fideszre szavazni!«” (*Népszabadság*, március 30.); „Választási csalás Ercsiben. [...] Háromezer forintot fizettek »pénzes emberek!« [...] a választani igyekvő romáknak egy MSZP-re adott szavazatért” (*Magyar Nemzet*, április 16.); „Bicskén játszott volna a roma válogatott focicsapata a helyi fiatalokkal, azonban [...] a roma válogatott helyett az MSZP kampánycapata jelent meg a pályán. [Az MSZP-s stáb] kínai pólókkal és focilabdával kárpótolta a megjelent romákat, akik megígérték, hogy vasárnap nem felejtik el, melyik pártra szavazzanak” (*Magyar Nemzet*, április 19.); „Az MSZP azt hitte, hogy Ercsiben, Gyöngyösön, Ózdon – és még ki tudja, hány helyen – sörrel, pálinkával, gulyáslevessel, pénzzel leveheti lábáról a cigányokat” (*Magyar Nemzet*, április 18.); „Az EBESZ egyik megfigyelője szerint [...] Nyírlugoson egy tizenegy tagú romacsaládnak összesen 50 ezer forintot ajánlottak fel annak fejében, ha a Fidesz-MDF jelöltjére szavaznak a parlamenti választásokon” (*Népszabadság*, április 26.) stb.

Ezek a közlések – tulajdonképpen igazságtartalmuktól teljesen függetlenül – óhatatlanul olyasféle képet sugalltak, hogy a romák állampolgári öntudat és önálló politikai akarat nélküli népség, amely jól hangzó ígéretekkel vagy egy tál levessel, hát még egy is készpénzzel bármire megvásárolható.

### **A romák társadalmi helyzetét érintő közlések**

Bár a vizsgált közléseknek közel a harmada (31 százaléka) tartalmazott érdemi információt a romák társadalmi helyzetének egy vagy több összetevőjéről, átfogó helyzetképet, összetettebb elemzést vagy szociografikus leírást csak néhány alkalommal találtunk, főképpen a nívósabb hetilapokban és az országos napilapokban, ritkábban a helyi újságokban. Annak explicit kimondása, hogy „a romák helyzete az egyik legfontosabb társadalmi probléma Magyarországon” (*Népszabadság*, február 22.), csak elvétve fordult elő.

A cikkek túlnyomó többsége napi eseményekhez, belpolitikai, elsősorban persze választási aktualitásokhoz kapcsolódott, ennek következtében a cigányok helyzetére vonatkozó megállapításokra is a pártkötődés nyomta rá a bélyegét. Miközben a baloldali politikusok, illetve források annak a nézetnek adtak hangot, hogy „drámaian romlott négy év alatt a cigányság helyzete [Horváth Aladár nyilatkozata]” (*Népszabadság* és számos más lap, március 18. és később), a kormányközeli-jobboldali politikusok, illetve források azt állították, hogy „javult a cigányság helyzete”, köszönhetően „a hátrányos helyzetűek felzárkóztatására [fordított] milliárdok”-nak. [Dávid Ibolya nyilatkozata] (*Magyar Nemzet* és számos más lap, április 19. és később).

A romák emberi jogi helyzetéről (lásd a 3. táblázatot) elsősorban olyan közlésekben esett szó, amelyek külföldi és hazai megfigyelőknek a hazai viszonyokat súlyosan elmarasztaló megállapításaira hívták fel a figyelmet: „A Human Rights Watch emberi jogi szervezet hazánkra vonatkozó jelentése szerint [...] aggodalomra ad okot a romákkal szembeni bánásmód” (*Magyar Hírlap*, január 19.); „[Az Amerikai Egyesült Államok Külügyminisztériumának az emberi jogok helyzetéről készült jelentése Magyarországon] súlyos problémákat lát. Vernek a rendőrök, elűzik a romákat” (Mai Blikk, március 6.); „Az ENSZ emberi jogi bizottsága [...] a Magyar Helsinki Bizottság tájékoztatása alapján [...] kifogásolja, hogy nem létezik átfogó diszkriminációellenes szabályozás, és felkéri a kormányt, hogy

tegyen lépéseket a megalkotására. Aggudalomra ad okot a roma kisebbség helyzete, amely – a kormányzati intézkedések ellenére – a nemzetközi egyezségokmány által szabályozott valamenynyi területen hátrányosnak mondható. Különösen nyugtalanító a romák diszkriminációja a munkaügyben, a lakhatás, az oktatás, a szociális ellátás és a közéletben való részvétel terén. A bizottság egyebek mellett a fogva tartott romák bántalmazásáról szóló jelentésekre és az elkülönített cigány iskolák létrehozására hívja fel a figyelmet” (*Népszabadság*, április 5.). A külföldi bíróságok mellett a teljes hazai sajtóra kiterjedő nyilvánosságot kapott a kisebbségi jogok országgyűlési biztosának fentebb már említett jelentése. A lapok közlései szerint Kaltenbach Jenő beszámolója többek között a cigányok emberi jogainak ismétlődő megsértéseire, az intézményi diszkrimináció és a hatósági erőszak eseteire mutatott rá.

### 3. táblázat: A romák társadalmi helyzetét érintő sajtószövegek főbb témái (százalékban)

Emberi jogok	10
Szociális helyzet	27
Lakáskörülmények	19
Egészségügyi helyzet	21
Munkapiaci lehetőségek	49
Oktatási helyzet	35
A romák társadalmi helyzetét érintő összes közlés	257

Az elsődlegesen a döntéshozóknak szánt elmarasztalásokról és tiltakozásokról beszámoló közlések mellett viszonylag nagy csoportot képeztek azok az írások, amelyek konkrét eseteket – főképpen a foglalkoztatás terén és a rendőrség magatartásában tapasztalható hátrányos megkülönböztetéseket – bemutatva világítottak rá a cigányok helyzetére: „A munkaügyi központokhoz forduló munkaadók szeretnék kizárni a roma jelentkezőket, [...] ahogy fogalmazzuk – »barna bőrűt egyént nem kívánunk alkalmazni. [...] Sokan [...] mondva csinált indokkal próbálnak szabadulni a romáktól. [...] A roma munkavállalók esélyei nagyságrenddel rosszabbak, mint a nem romáké” (*Népszabadság*, február 22.); „Visszaszorult a nyílt cigányellenesség, a romák megkülönböztetése egyre inkább rejtett, nehezen tetten érhető formában jelentkezik” (*Népszabadság*, március 1.); „A magyarországi igazságszolgáltatás sok esetben alkalmatlan arra, hogy feltárja a romák sérelmére elkövetett bűncselekmények etnikai motivációit” (*Magyar Nemzet*, március 1.) stb.

Azoknak az írásoknak a többségét, amelyekben szó esett a cigányság egészének vagy egy-egy csoportjának szociális helyzetéről, meghatározó módon a szegénység képei uralták: „Nyomor a köbön” (*Magyar Narancs*, március 14.); „[A cigánytelepeken] mintegy százezer ember afrikai nyomorban él Magyarországon – a XXI. században. [...] Óriási a szegénység. [A cigányok életében] semmilyen elvárás és kiszámíthatóság nincs [...], hiszen munkahelye is csak keveseknek van. Kilátástalan helyzetük, valamint a társadalom részéről tapasztalt elutasítás oda vezethet, hogy többen már semmit nem is tesznek életkörülményeik és helyzetük javításáért [...] Ördögi kör, amelyben élnek, és már csak pár gyerek életét lehet más irányba terelni” (*Magyar Hírlap*, március 16.); „Korábban nem tapasztalt mértékben, mindennaposá vált a romák között az éhezés” (*Népszava* és számos más lap, március 18.); „[A romák lakta számos területen] tíz családból kilenc segélyen él” (*Petőfi Népe*, április 25.) stb. Az összefüggésekre is kitékintő – egyébként egészen csekély számú – anyagok arra is rámutattak, hogy a szegénység szükségszerűen következik a cigányság életviszonyainak a többi, hasonlóképpen igen kedvezőtlen eleméből, és a többség diszkriminatív magatartásából. „A romák problémája egyszer leírható úgy, mint szegénységprobléma, ami gyenge iskolai esélyekkel, lakhatási problémákkal, egészségi problémákkal, gyenge munkaerő-piaci esélyekkel és sok mással függ össze. A romák helyzete azonban összefügg hátrányos megkülönböztetésükkel, és azzal is, hogy az elmúlt évtizedekben nem volt vagy nagyon kevés esélyük arra, hogy magukat közösségként határozhassák meg, melynek hagyományai, nyelve, a többségi társadalom számára is értékes mondanivalója van” (*Népszava*, január 23.).

A roma szegénység szembevető velejárójaként ábrázolódtak a minden mérték szerint embertelen lakásviszonyok; például: „Maradnak a cigánytelepek [...] A mintegy százezer ember lakhelyeül szolgáló, a legtöbbször csatornahálózat, majdnem mindig víz- és gázvezetéket és esetenként még a villanyt is nélkülöző gettók [...] Sem Horn, sem Orbán nem lépett nagyot a romák lakásgondjainak enyhítéséért” (*Magyar Hírlap*, március 6.), vagy: „Sokan szoba-konyha szükséglakásban élnek. [...] A lakások többsége – ha egyáltalán annak nevezhető – alacsony komfortfokozatú vagy komfort nélküli, az infrastruktúra és a közüzemi ellátottság alacsony szintű [...] Az országban 483 olyan romatelepe van, amely közegészségügyi szempontból veszélyes” (*Magyar Hírlap*, március 16.).

A cigányok lakáshelyzetét érintő közlések terjedelmes alcsoportját képezték azok a cikkek, amelyek fizetésképtelen családokról, a romák által lakott épületek lebontásáról, kilakoltatásokról adtak hírt: „Bontástól rettegnek a romák. Néhány négyzetméter, hatalmas nyomor” (*Hajdú-Bihari Napló*, március 1.); „Elárverezik a cigánytelepet. Barcson egy egész falurész fenyeget a végrehajtás réme. A romák által lakott házakat több évtizede banki hitelből építették tulajdonosaik. A kölcsön visszafizetését azonban nem tudják megoldani” (*Mai Lap*, március 30.); „Lejárt a kilakoltatási moratórium” (*Népszabadság*, április 2.); „Mi itt maradunk a téglák tetején – Letelt a téli haladék, kilakoltatják a romákat. A kaput már lebontották, a vizet elzárták” (*Mai Lap*, április 16.).

A hazai cigányság egészségi állapotára nem utolsó sorban annak köszönhetően irányult jelentősebbnek mondható sajtófigyelem, hogy az év elején nyilvánosságra kerültek egy felmérés és népességstatisztikai jelentés rendkívül aggasztó adatai, amelyek szerint „a roma kisebbség egészségi állapota lényegesen rosszabb, mint a nem cigány lakosságé” (Jászkuhn Krónika és számos más lap, február 27. és később). Ettől kezdve a politikusok romákkal kapcsolatos nyilatkozataiban gyakran volt egy-két szavas utalás arra, hogy a romák egészségi állapotát javítani kell, részletesebb leírással azonban csak egy-két alkalommal lehetett találkozni. Mindenképpen ritkaságnak számítottak az olyan közlések, mint a *Magyar Hírlapban* egy orvos szerzőnek „A romák rövidebb ideig élnek” című

tanulmányértékű hozzászólása, amely konkrét részletekkel szolgált: „A roma lakosság egészségi állapotának mutatói lényegesen rosszabbak az átlagosnál [...] Nagy számban fordulnak elő fertőző, szív- és érrendszeri, légúti betegségek, magas a szenvedélybetegek aránya, leginkább az alkoholistáké. Sok közöttük a krónikus beteg és a rokkant, és oda jutottunk, hogy számos roma élete már a magzati szakaszban tele van veszélyeztető tényezőkkel” (március 16.). Emellett arra is rámutatott, hogy a romák körében a rossz életkörülmények és a mindennapos hátrányos megkülönböztetések szükségszerűen vezetnek az egészség drámai és tömeges romlásához.

Párhuzamosan és összhangban azzal, hogy a vizsgált közlések jelentős hányada – mint erről a későbbiekben részletesen is szó lesz – olyan programokról számolt be, amelyek munkaalkalmat igyekeznek teremteni a munkaerőpiacról kiszorult romáknak, a cigányság társadalmi helyzetével rövidebben-hosszabban foglalkozó cikkeknek közel fele a munkanélküliségben jelölte meg a cigányság legfőbb problémáját: „Békésen körülbelül 1600 cigány él, a munkaképes korúaknak nagyjából kilencven százaléka van munka nélkül” (*Békés Megyei Napló*, március 4.); „A romáknak a munkanélküliség a »normális« állapot, a pénztelenség pedig törvényszerűen alultápláltsághoz vezet” (*Magyar Hírlap*, március 16.); „Kiskőrösön jelenleg mintegy nyolcszáz roma él, kb. 130 családban. Közülük csak tizenötnek van állandó munkahelye, a többiek segélyért állnak sorba, hogy eltartsák családjukat. A képzetlen munkaerőre senkinek sincs szüksége” (*Petőfi Népe*, április 25.) stb.

A jobboldali sajtó azonban – hol burkoltan, hol nyíltabban kétségbe vonva a roma munkanélküliség tényét, társadalmi okait és a támogató beavatkozások szükségességét – nem mulasztott el olyan tudósításokat közölni, amelyek nem is leplezetlenül arra az előítéletes nézetre rímeltek, hogy a cigányok – vagy legalábbis sokan közülük – nem is akarnak dolgozni, hanem lopásból élnek; például: „[Az újságíróval az utcán »véletlenül« összetalálkozó nyugdíjas cigány ember szavai a helyi romákról:] Nem tudom, valóban nincs munka, vagy nem is akarnak dolgozni, ám sokan a gyerekek közül lopásból élnek. Elemelnek ezt-azt, aztán eladják és egy-két hétig megélik. Én soha nem tudtam volna a másét elvinni, nem véletlenül van szép nyugdíjam is, de ezek a fiatalok már nem így gondolkodnak” (*Magyar Demokrata*, február 21.).

### **A romák iskolázásával, képzésével foglalkozó közlések**

A cigány iskolaügyet rövidebben-hosszabban tárgyaló közlésekben kedvező tendenciákat jelző tartalmi elemek (roma oktatási programok, roma sikerek a tanulásban) éppúgy nagy számban fordultak elő, mint a romák felemelkedésének oktatási gátjaiként számon tartott negatív jelenségek (alacsony képzettség, iskolai szegregáció). A politikai oldalak szerinti megosztottság itt is éppúgy érvényesült, mint más témáknál (lásd a 4. táblázatot).

#### **4. táblázat: A romák oktatási helyzetével foglalkozó írások főbb témái (százalék)**

A romák oktatási helyzetének általános jellemzői	27
Szegregáció az iskolában	34
Romákat támogató oktatási programok	43
Roma sikerek a tanulásban	14
A romák oktatási helyzetét érintő összes közlés	157

A romák oktatási helyzetének általános jellemzőit illetően az év elején rögtön éles politikai konfrontáció indult annak kapcsán, hogy egy tekintélyes brit hetilapban olyan, részben az akkori magyar kormány által fizetett hirdetés jelent ment, amely igen kedvező képet festett a magyarországi cigányok oktatásában elért fejlődésről. Az ellenzékhez közel álló források, illetve nyilatkozók határozottan kétségbe vonták a hirdetés pozitív üzenetének helytállóságát. „Megszépítő hirdetés a hazai romák helyzetéről. Miközben a kormány és több hazai nagyvállalat a nagy nevű brit gazdasági hetilap, a *The Economist* hasábjain közzétett hirdetésben méltatta a hazai romák oktatásában elért sikereket, a kérdéssel foglalkozó nemzetközi szervezetek és hazai szakemberek szerint szó sincs eredményekről” (*Népszava*, január 18.).

A későbbiekben a Lungo Drom együttműködését megnyerő Fidesz-MPP kormányzati oldal hazai terepen is minden lehetőséget megragadott annak érdekében, hogy a nyilvánosság számára a romák oktatásának ügyében való elkötelezettségét és eredményességét bizonyítsa; például: „Fidesz: minden roma tanulhat. Munka- és továbbtanulási lehetőséget ígér minden romának a Fidesz és a Lungo Drom” (*Népszabadság*, március 1.); „Nincs pénzügyi korlátja annak, hogy cigány gyerek egyetemre, főiskolára juthasson [...] A kormány ösztöndíjjal segíti a roma fiatalok tanulását” (*Magyar Nemzet*, március 1.); „[Pokorni Zoltán:] A cigányoktatásnak nem lehet korlátja” (*Népszava*, március 1.) stb. Éles ellentmondásban a kormányzati romapolitika sikerét állító vagy legalábbis sugalló közlésekkel, Kaltenbach Jenőnek, a kisebbségi jogok országgyűlési biztosának nagy sajtónyilvánosságot kapott jelentése úgy találta, hogy „a cigány gyermekek oktatási hátrányai és az ezzel összefüggő esetek száma nem csökkent az elmúlt időszakban. A kormányzat kétségtelen erőfeszítései ellenére a helyzet nem javult, hanem romlott” (*Népszabadság*, április 17.).

A kritikusabb értékelést számos olyan közlés, illetve közlésrészlet támasztotta alá, amely a roma tanulók iskolai elkülönítésére hívta fel a figyelmet: „[Havas Gábor szociológus:] Nagyon erős a roma gyerekek iskolai elkülönítése, míg a hetvenes években mintegy száz-kétszáz elkülönített cigányosztály volt az országban, jelenleg ez a szám több mint hétszáz. [...] A Roma Központ statisztikákra hivatkozva bizonyítja, hogy jelenleg minden ötödik roma gyerek kiegészítő iskolába kerül, az egyetemeken a romák aránya nem éri el a két ezreléket. [...] Egy cigány gyereknek tizenötöszer kisebb az esélye a továbbtanulásra az általános iskola után, és több mint ötvenszer kisebb arra, hogy befejezze a középiskolát” (*Népszava*, január 18.); „A legnagyobb gond, hogy egyre többen szorulnak ki az oktatásból [...] Amíg nem szűnik meg a faji, szociális elkülönítés az oktatásban, addig nemzedékek nőnek fel a perifériára szorulva” (*Magyar Hírlap*, március 16.); „Antropológiai, genetikai okokkal indokolta egyebek között a helybeli cigány diákok iskolai kudarcát s külön osztályokba szervezését a verpeléti polgármester a kisebbségi

biztos nemrég elkészült jelentése szerint. A község képviselő-testülete végül elfogadta az ombudsman kritikáját, ám egyelőre nem változtattak a gyakorlatukon” (HVG, április 19.); „Nem nehéz megjósolni, milyen iskolai pályafutásra számíthat az a gyermek, [...] akinek a szülei, sőt összes felmenője a cigánytelepen [...] nőtt fel. Az ő gyermekei sok helyen gombnyomásra a »gyógyosít iskolába kerülnek” (Népszabadság, április 20.) stb.

A cigány gyerekeket sújtó iskolai szegregáció példáitól sötétre színeződött összképen némileg javítottak azok a viszonylag nagy számban előforduló cikkek, amelyek a romák oktatását, képzését elősegítő programokról adtak hírt; például: „Iskolába járnak a csokonyavisontai romák; a barcsi munkaügyi központ és az önkormányzat támogatásával húsz fiatal cigány fejezheti be az általános iskolát” (Somogyi Hírlap, január 18.); „A kisebbség társadalmi beilleszkedését számos program segíti. Az eredmény beszédes: míg hét éve a nyolc osztályt végzett roma fiatalok fél százaléka ment érettségit adó középiskolába, ez a 2001/2002. tanévre tizennyolc százalékra emelkedett” (Kisalföld, február 15.); „A Szent István Egyetem Jászberényi Főiskolai Karán célul tűzték ki, hogy elősegítsék a cigány tanulók főiskolára jutását” (Új Néplap és számos más újság, február 20.); „Vonzóbb lett az iskola. Több cigány fiatal tanul tovább. [...] Négy év alatt közel tízszeresére nőtt a felsőoktatási ösztöndíjban részesülő cigány fiatalok száma” (Új Néplap és számos más újság, március 28.); „Egyre több a hátrányos helyzetű, cigány fiatalok beilleszkedését segítő oktatási PHARE-program” (Népszava, április 29.) stb.

Mind a többség, mind a kisebbség felé egyértelműen pozitív üzenetet hordoztak azok az írások, amelyek roma fiatalok tanulási sikeréről számoltak be; például: „Az első, és mostanáig az egyetlen cigány származású diplomása vagyok a falumnak [...] Példa vagyok számukra, és erre a rokonságom is nagyon büszke” (Népszabadság, április 12.), vagy: „Bórszín nélküli álmok. Roma diplomás: Az övét szeretné tanítani. Mindössze 24 éves, de már a második diplomájáért tanul a pécsi tudományegyetemen” (Kisalföld, február 15.). A felsőfokú végzettség persze nagyon ritka a romák körében. A tanulmányok eredményességéről szóló sajtóhíradások többsége is inkább az általános iskolához, esetleg a középiskolához kötődött, és a vágyak és tervek többnyire még a sikeresek esetében is szinte szívszorítóan szerények voltak: „[A 16 éves M.A.T.] Ha meglesz a bizonyítványom, kereskedelmi iskolába fogok iratkozni. Régi álmom, hogy bolti eladó legyek. [A 32 esztendő M.Gy.] elhatározta, megszerzi a húsfeldolgozószakmunkás-bizonyítványt” (Szabad Föld, február 22.).

## A roma kultúra témakörét tárgyaló közlések

Az e csoportba tartozó írások kevés kivételtől eltekintve roma kötődésű kulturális eseményekről informáló rövidhírek, esetleg – szintén inkább kisebb terjedelmű – tudósítások, riportok voltak. Fontos tartalmi jellegzetessége volt az ide tartozó szövegeknek, szövegrészeknek, hogy leginkább ebben a témakörben, azaz a kulturális vonatkozású közlésekben lehetett roma sikerekről olvasni (lásd az 5. táblázatot).

### 5. táblázat: A roma kultúrát érintő közlések főbb témái (százalék)

A roma és a többségi kultúra viszonya	3
Roma zenei események és sikerek	44
Roma kulturális események és sikerek	13
Roma hagyományörző és egyéb rendezvények	26
A Biblia lovári nyelven	28
A roma kultúrát érintő összes közlés	124

Azzal a kérdéssel, hogy a roma kultúra miképpen él a többségi kultúra kontextusában, csak elvétve foglalkoztak a vizsgált újságcikkek. Ott, ahol egyáltalán szó esett ilyesmiről, azt hangsúlyozták, hogy a roma kultúra is kínál értékeket a többségi társadalom számára, ugyanakkor az is felmerült, hogy a többség hajlamos lenézni a cigány kultúrát: „A több évszázados egymás mellett élés alatt a roma kultúra is kitermelt olyan értékeket, amelyeket befogadott, elfogadott a többségi társadalom. Gondoljunk csak a cigányzenére, melyet külföldön is »igaz magyarítként könyvelnek el. [Azonban a többségi magyar társadalom a cigányságban] kulturális gettót zár körül [...] Ma is gyakran találkozni olyan vélekedéssel, amely a roma kultúrát a csőrelés kultúrájának tekinti. A hagyományos cigány népzene pedig nem tartja többre kanna- és kanálcőrgetésnél” (Új Néplap, február 27.).

A sajtó tükrében a cigány kultúra elsősorban zenei teljesítményekkel reprezentálódott; például: „Üvegszilánkok és szitár” (Délvilág, január 19.); „A cigány folklór gyöngyszemei. Hat album, európai turnék, megszámlálhatatlan hazai fellépés – röviden ez a Barna Gyöngyök húsz esztendejének mérlege. [...] A szolnoki cigány folklórzekekar ennél is többre vágyik. Szeretnék újraéleszteni a cigány táncházakat, hogy muzsikájukra együtt szórakozhasson roma és nem roma” (Jászkun Krónika, február 27.); „Elismerés [romáknak] a zenei kultúra ápolásáért” (Jászkun Krónika, március 28.); „Kamarakonzert és cigányzene” (Népszabadság, március 30.); „Világhírű roma együttesek az Almássy téren” (Magyar Hírlap, április 12.); „Bihartól Bartókig” (Heti Válasz, április 12.) stb. A zene területén több cikk is kiemelte a populáris zenét játszó roma zenekarok igen széles körű, a többségi közönségre is kiterjedő sikerét: „Diszkóban hódító roma lakodalmas. A Romantic együttes sikerének titka: a latin és a cigányzene ötvözése” (Kisalföld, április 17.).

Az uralkodó zenei orientáció mellett csak viszonylag ritkábban említették érdemben cigány alkotók más művészeti területeken, így a képzőművészetekben vagy az irodalomban elért teljesítményeit, sikereit; például: „Szerelem, gyerekek, álmok. Oláh Jolán naiv festőművész kiállítása” (Népszabadság, március 29.); „Cigány festőnek állítanak szobrot” (Metro, április 30.) stb. Meglehetősen gyakran lehetett viszont roma hagyományörző és egyéb kulturális rendezvényekről olvasni: „A makói cigány kisebbségi önkormányzat [rendezvényei közül] a legnagyobb visszhangja a cigány kulturális hónap programjainak volt: [...] Cigány festők, képzőművészek mutatkoztak be [...] és roma bált is rendeztek” (Délvilág, február 22.); „Hajnalig tartó romaparti” (Mai Lap, március 2.); „Roma hétvége” (Vas Népe, március 21.); „Baranyai cigányok V. Tavasz Fesztiválja” (Új Dunántúli Napló és több más lap, március 21.) stb.

Nemcsak a kulturális vonatkozású cikkeket, hanem az anyag egészét tekintve is kiemelkedőnek mondható a lovári nyelvű bibliafordítás sajtóvi szhangja. A mintában szereplő sajtótermékek túlnyomó hányada – igaz, többnyire csak rövidhír formájában és időben elszórtan – hírt adott a fordításról: „Cigány nyelvű újszövetség” (*Veszprémi Napló*, február 14.); „Cigánybiblia-fordítás, a világon elsőként” (Észak-Magyarország, március 19.); „A Biblia cigány nyelven” (*Szabad Föld*, március 22.) stb. Még a közismerten nem a cigánybarátságáról híres *Magyar Demokrata* is írást szentelt az eseménynek: „Lovári nyelvű Biblia” (április 4.).

## A romák felemelkedését célzó programok a sajtóban

A választások kontextusában természetesen a romákat támogató programok ügye is a politikai érvrendszer elemévé vált. A tárgykörben napvilágot látott kormányoldali információk – ahogy várható is volt – a kormány, illetve a jobboldal roma elkötelezettségét és roma programjainak eredményességét hangsúlyozták; például: „Program a felzárkóztatásért. Dávid Ibolya igazságügy-miniszter kijelentette: a cigányság helyzetének javítása érdekében a most záruló kormányzati ciklusban a korábnál sokkal kritikusabb és érdemibb munka folyt [...] A kormányzat az ez évre szóló költségvetési forrásokból négyszer annyit fordít a cigányság helyzetének javítására, mint 1996-ban az előző kabinet” (*Magyar Nemzet*, március 7.); vagy: „A Gazdasági Minisztérium adatai szerint 2000-ben csaknem kétmilliárd forintot, az elmúlt évben már 2,3-2,5 milliárd forintot fordítottak a cigányság munkaerő-piaci helyzetének javítására, és az idén is hasonló nagyságrendű forrás lesz a célra. [...] A Szociális és Családügyi Minisztériummal együtt többek között egy négymillió eurós PHARE-támogatással és egy hasonló nagyságú hazai forrással [...] mintaprojekt megvalósítása kezdődött” (*Magyar Nemzet*, április 15.).

A sokszor öndicsérő kormánynyilatkozatokkal szemben azonban nem ritkán olyan közlések is megjelentek a vizsgált lapokban, amelyek igencsak megkérdőjelezték a kormányzati romaprogramok eredményességét; például: „[A kormány] a múlt évben 9 milliárd forintot fordított a hazai cigányság élethelyzetének javítására [...] Kormányzati intézkedések irányulnak az oktatás, a kultúra, a foglalkoztatás, az egészségügy és a diszkrimináció ellenes programok támogatására [...] A megyei cigány önkormányzatok képviselői kijelentették: ezeknek a forrásoknak a töredéke sem jutott el hozzájuk” (*Hajdú-Bihari Napló*, március 1.); „A középtávú romaprogram koordinálására felállított cigányügyi tárcaközi bizottságnak a kormányzati ciklust lezáró ülésén biztossá vált, hogy öt éves késés után nem teljesül a kormányhatározat egyik hangsúlyos pontja, a cigánytelepek felszámolása” (*Magyar Hírlap*, március 7.) stb.

A sajtóban ismertett romaprogramok túlnyomó többsége a munka világához, a foglalkoztatáshoz kötődött (lásd a 6. táblázatot); például: „Esély a romáknak. A már működő hat munkaerő-piaci program mellett márciustól egy újabbat is indít a megyei munkaügyi központ” (*Déli Hírlap*, január 16.); „A tárcaközi közmunkaprogram az idén három ezer tartósan munkanélkülit, köztük ezer roma származású állástalant juttat jövedelemhez” (*Magyar Nemzet*, március 1.); „A cigányságot érintő különféle felzárkóztató munkaerő-piaci programok tavalyi összköltsége a szakemberek becslései szerint 1,2-1,5 milliárd forintot tesz ki. [...] Budapesten a roma fiatalok munkába állását segíti a program. [...] Meghirdették a cigány családok reintegrációs programját is, többek között Győr-Moson-Sopron megyében. [...] Hajdú-Bihar megyében szintén a szakképzetlen roma fiatalok számára hirdették meg az Esélyt 2000-től elnevezésű programot. [...] Több mint félezer roma jutott munkához Somogy megyében két éves roma foglalkoztatási program során.” (*Magyar Nemzet*, március 5.) stb.

### 6. táblázat: A romaprogramokkal foglalkozó írások főbb témái (százalék)

Munkalehetőséget teremtő programok	71
Szociális támogatások	6
Oktatási programok	41
Egészségügyi programok	5
A romaprogramokat érintő összes közlés	162

A romák oktatását, képzését segítő programokat, amelyekről korábban már részletesen szó volt, szintén viszonylag nagy sajtófigyelem övezte. Szociális támogatásokról, segélyezésről viszont csak egészen kis számú közlés tartalmazott információt. Például olyan hírek voltak ide sorolhatók, mint: „Pécsvárad önkormányzata 50 ezer forint értékben nyújtott támogatást a napokban a helyi cigány kisebbségi önkormányzatnak. A keretből a rászoruló roma kisgyermeknek vásárolnak cipőt, ruhát húsvét alkalmából” (*Új Dunántúli Napló*, március 27.). A szociális segélyezés témakörének háttérbeszorulása alighanem összefüggött azzal, hogy számos írásban és kormányzati megszólalásban erős hangsúlyt kapott: a cigányság felemelése érdekében nem szociális ellátásra és segélyekre, hanem munka- és tanulási lehetőségek biztosítására van szükség; például: „Akik nem segélyből szeretnének élni” (*Szabad Föld*, február 23.); „A tárca arra törekszik: a cigány népesség társadalmi integrációja érdekében az ellátásokat, illetve támogatásokat és segélyeket mihamarabb az aktív munkaerő-piaci programok váltsák fel, és így sikerüljön visszatalálni a munka világába” (*Magyar Nemzet*, április 15.); „Segélyek helyett foglalkoztatás. Tovább folyik a közmunkaprogram Apátin” (*Új Néplap*, április 26.) stb. A kormányzati (munka- és oktatási) programokat érintő írásokban nem egy esetben érezhető volt olyan implicit üzenet, hogy segítségre az számíthat, aki dolgozni és tanulni akar. Bár – mint korábban már ezt is láttuk – viszonylag nagy sajtónyilvánosságot kaptak a romák kedvezőtlen egészségi állapotát jelző információk, a romák egészségügyi helyzetének javítását célzó programokkal csak elvétve lehetett találkozni a lapok hasábjain.

A romaprogramokkal és -támogatásokkal összefüggésben csak többségi kezdeményezőkkel az írásoknak 47, csak roma kezdeményezőkkel 29, többségi és roma kezdeményezőkkel 24 százalékában lehetett találkozni. Megállapítható tehát, hogy a programokat tárgyaló sajtóanyagban ugyan majdnem a fele kizárólag, negyede pedig részben a többségi, állami, önkormányzati stb. nem roma intézményeket ábrázolta a romák felemelését célzó tevékenységek kezdeményezőinek, a romák nem szorultak teljesen tehetetlen, passzív szerepbe, hanem gyakran



tűntek fel úgy, mint akik képesek kézbe venni sorsuk irányítását.

## A roma kisebbségi önkormányzatok működését érintő közlések

A terjedelmük egészében vagy egy részében egy vagy több roma kisebbségi önkormányzat tevékenységével foglalkozó írások közel fele olyan eredményekről, sikerekről számolt be, amelyeket az érintett roma kisebbségi önkormányzatok értek el a településükön élő romák javára végzett munkájukban (lásd a 7. táblázatot). Majdnem ugyanekkor hányadot tettek ki az olyan cikkek, amelyek arról szóltak, hogy valamilyen ügyben az önkormányzatok tiltakozó akciót kezdeményeztek a romákat ért hátrányok, sérelmek miatt, és felemelték szavukat a romák érdekében.

### 7. táblázat: A roma önkormányzatok működésével foglalkozó szövegek főbb témái (százalék)

A roma önkormányzatok eredményei, sikerei	45
A roma önkormányzatok tiltakozó, érdekvédő akciói	43
Viták, viszályok a roma önkormányzatokban	19
A roma önkormányzatokat érintő összes közlés	101

A roma kisebbségi önkormányzatoknak a sajtóban ismertetett eredményei közül azokat a sikereket emelhetjük ki, amelyeket a roma önkormányzatok a lapok beszámolóí szerint kisebb közösségi és szociális célú beruházásokkal értek el; például: „Számos eredménnyel büszkélkedhet a cigány kisebbségi önkormányzat [...] A letenyei CKÖ tavaly több millió forintot nyert, ebből számos beruházást valósítottak meg a települési önkormányzattal közösen” (Zalai Hírlap, március 1.); „Magukért dolgoznak a romák. Rendkívül aktív a kisebbségi önkormányzat Niklán. [...] 14 házat építettek eddig niklai cigánycsaládoknak, és igyekeznek mindenben segíteni a faluban élő romák életét” (Somogyi Hírlap, április 11.); „Tiszaroffon felújították az önkormányzati éttermet. [A modernizálást] az Országos Cigány Önkormányzat 3,1 millióval támogatta” (Jászkun Krónika, április 11.) stb.

Azok a cikkek, amelyek roma önkormányzatok tiltakozó akcióiról adtak hírt, olyan, a nem roma többség és a roma kisebbség közötti konfliktusokhoz kötődtek, amelyekben a romákat valamilyen (érdeksérelme) érte. A vizsgált időszakban a jászladányi roma kisebbségi önkormányzatnak egyfelől egy alapítványi iskola terve, másfelől a helyi szeméttelép miatt szervezett tiltakozó akciói kapták a legnagyobb sajtófigyelmet.

Végül a roma önkormányzati tevékenységet érintő közlések harmadik nagyobb, de az előző kettőnél lényegesen kisebb tematikus csoportját azok az írások alkották, amelyek egy-egy településen a kisebbségi önkormányzat belső életét vizsgálva a roma képviselők egymás közötti vitáiról, ellentéteiről szóltak; például: „Új elnököt választanak a romák [...] Az ülés egyetlen napirendi pontja az elnök leváltása volt, több mint másfél óra alatt azonban nem jutottak dűlőre a megjelentek, a vita után mind az elnök, mind a testület úgy vélte, eldőlt az elnökség kérdése. A hangzavart egy idő után megunt Balogh Artúr (az elnök) és berekesztette az ülést, az alelnök, Csorba Miklósné viszont tovább folytatta azt és szavazásra bocsátotta az elnök leváltását” (Kelet-Magyarország, április 12.); „Szakadással fenyegető romaviszály. Vádak és válaszok: Panaszok a kapuvári kisebbségi önkormányzat elnökével szemben” (Kisalföld, április 8.); „Félbeszakadt a tunyogmatolcsi roma kisebbségi önkormányzat ülése. A testület elnöke szerint az Országos Cigány Önkormányzat jelen lévő vezetői megengedhetetlen módon beleszóltak a szervezet autonóm munkájába. Az országos szervezet fejesei Balogh Sándor vádaskodását minden alapot nélkülözőnek tartják. Lakatos Oszkár, az országos szervezet alelnöke az ülésen kijelentette: a helyi kisebbségi önkormányzat manipulálja a költségvetését, az elnöke pedig többször megsértette a törvényt” (Mai Lap, március 16.) stb.

## Többség-kisebbség konfliktusok a sajtóban

Mint a 8. táblázaton látható, az e csoportba sorolt írások fele olyan helyszínekhez kötődött, amelyeknek neve (Zámoly és Jászladány) az elmúlt években a cigányokkal kapcsolatos konfliktusok hívószavává vált.

### 8. táblázat: A többség-kisebbség konfliktusokkal foglalkozó szövegek főbb témái (százalékban)

Jászladány	31
Zámoly	26
Egyéb konfliktusok	44
A konfliktusok okai	14
A konfliktusokat érintő összes közlés	217

Mivel a Jászladányhoz és Zámolyhoz kapcsolódó események sajtóképével más vizsgálatok is részletesen foglalkoztak már (lásd Bernáth, 2003; Bernáth & Messing, 1999; Messing, 1998, 2003, 2004), mi most csak röviden emlékeztetünk a sajtót foglalkoztató történésekre. Március elején olyan hírek jelentek meg számos helyi és országos napilapban, hogy tiltakozó akcióra „készülnek a jászladányi romák, ha a helybéli önkormányzat nem számolja fel a falu határában lévő szeméttelépet [...] az ugyanis a lakott területektől alig néhány méterre található, s az ott élők – többségében romák – egészségét veszélyezteti” (Népszava és számos más lap, május 4.). A tervezett demonstráció kapcsán az újságok arra emlékeztettek, hogy korábban már volt a településen roma tiltakozó akció, mégpedig nemcsak a szeméttelép, hanem a helyi általános iskola ügyében is: „A kisebbségi önkormányzat tavaly már éhségstrájk formájában tiltakozott a szeméttelép, illetve a település által tervezett – a roma gyerekek különválasztását célzó – magániskola ellen” (Magyar Hírlap, március 5.). Ez utóbbi konfliktusra a vizsgált időszakban többször is visszatértek az újságok: „A település vezetői két éve úgy határoztak, hogy egy alapítványi

oktatási intézményt hoznak létre, amely a falu állami támogatásból megépült iskolájában kapna helyet. A szándék mögött a cigány önkormányzat azonban szegregációt sejtett. Szerintük ugyanis a havi háromezer forintos tandíj azt eredményezné, hogy csak a jómódú nem cigány családok gyermekei tudnának a magániskolába járni. A többieknek pedig az állami iskolában alacsonyabb szintű oktatás jutna osztályrészül” (*Petőfi Népe*, április 3.).

A zámolyi romákkal kapcsolatban elsődlegesen a gyilkossági ügy nyomozásának és tárgyalásának hírei vonták magukra a sajtó figyelmét: „Nem volt kábítószervita” (*Fejér Megyei Hírlap*, február 20.); „Szembesítik a tanúkat a tárgyaláson” (*Népszava*, február 20.); „Zámolyi ügy: vége a pótnyomozásnak” (*Népszabadság*, február 20.); „Zámoly: tovább tart a pótnyomozás” (*Népszabadság*, február 22.); „Zámolyi ügy: perbeszédék” (*Fejér Megyei Napló*, április 11.); „Zámolyi ügy: ítélet a jövő héten” (*Magyar Nemzet*, április 11.); „Zámolyi gyilkosság, április 18-án ítélet” (*Népszabadság*, április 11.) stb. Végül április 19-én a napilapok szinte kivétel nélkül részletesen beszámoltak az ítéletről: „Elsőfokú ítélet a zámolyi emberölés ügyében” (*Békés Megyei Napló* és még számos lap).

Ha nem is a gyilkossági ügyhöz hasonló mértékben, de meglehetősen erősen foglalkoztatta a lapokat az a híresztelés, hogy a Strasbourgban menedékjogot kapott romák egyike eltűnt, esetleg haza is tért Magyarországra: „Az eltűntnek hitt roma előkerült” (*Metro*, március 14.); „Melindát egy francia szervezet bújtatja [...] Elképzelhető, hogy Melinda csak kitalálta, hogy elhagyta Franciaországot, azért, hogy megszabaduljon az élettársától” (*Mai Lap*, március 14.) stb. A jobboldali lapok arra próbálták felhasználni az esetet, hogy bizonyítsák, a romáknak nem is kellett volna kivándorolniuk; például: „Zámolyi ingajarat [...] Ismét hazatért Strasbourgból az egyik korábban menekültként távozott család [...] Krasznai József, a kivándorlás szervezője beismerte, Melindáékat valóban nem üldözték Magyarországon, csak a jobb megélhetésért döntöttek a kivándorlás mellett” (*Magyar Demokrata*, március 14.); „Lakatos vándorlása” (*Magyar Nemzet*, március 20.) stb.

A Jászlady és Zámoly nevével összefonódott konfliktusok mellett a nem roma többség és a roma kisebbség közötti feszültségek és összeütközések sokféle konkrét változata csapódott le a sajtóban, a rejtett diszkriminációtól kezdve az iskolai szegregáción keresztül a fizikai erőszakig: „[A Debrecenben kereskedelmi eladói képesítéssel rendelkező] lány úgy érezte, csak azért nem alkalmazzák sehol, mert roma” (*Hajdú-Bihari Napló*, február 13.); „Megaláztatások, megkülönböztetés, erőszak. Számptalan megdöbbenő esettel találkozunk munkájuk során a Cigány Vezetők Szakmai Egyesületének munkatársai” (*Hajdú-Bihari Napló*, február 13.); „[Nem találják az elkövetőket, megszüntették a nyomozást azok ellen, akik] négy roma családot fosztottak meg hajlékától a Heves megyei Heréden” (*Népszava*, február 16.); „[A bíróság ítéletet hozott egy martfűi fiatalember ellen,] aki több társával roma származású fiatalokat bántalmazott és üldözött el egy diszkóból” (*Jászkun Krónika* és több más lap, február 14.); „Feszült helyzet alakult ki a Heves megyei Halmajugrán, miután a munkaügyi bíróság visszahelyezte állásába a helyi általános iskola korábban elbocsátott igazgatóját. Az igazgatót azért menesztette a település képviselő-testülete, mert a helyi cigány kisebbségi önkormányzat rasszizmussal vádolta” (*Népszabadság* és számos más lap, február 25.); „[Orosházán egy nagy nyilvánosságot kapott felmérés azt állította, hogy] a város lakói a helyi cigányságot szégyellik a legjobban. A Békés Megyei Cigány Lakosok Egyesülete [...] szerint a közléssel megsértették az 1993-as kisebbségi törvényt” (*Békés Megyei Napló*, március 4.); „Éhségstrájkra készül a romák. [Tunyogmatolcson] két férfi úgy érzi, hogy a polgármesteri hivatal részéről roma származásuk miatt részeseznek megkülönböztetett bánásmódban” (*Népszabadság*, március 6.); „A kisebbségi ombudsman [...] vizsgálata szerint jogellenes a verpeléti általános iskola roma tanulóinak elkülönítése” (*Népszava* és számos más lap, április 15.); [Fulókércsén] „korábban aláírásokat gyűjtöttek a faluban, hogy egy cigánycsalád [a Többet, együtt, egymásért roma alapítvány elnöke, felesége és fia] ne jöjjön ide lakni” (*Népszabadság*, április 20.) stb.

A többség-kisebbség konfliktusokat érintő írásokban néhány alkalommal olyan szövegrészek fordultak elő, amelyek – hol burkoltabban, hol nyíltabban, illetve hol a cikkben megszólaltatottak nézeteként, hol magának az újságírónak a megfigyeléseként vagy véleményeként előadva – arra utaltak, hogy a konfliktusokat a cigányok civilizálatlan, munkakerülő, tolvaj, erőszakos, bűnöző életmódja idézi elő. Ha a zámolyi gyilkosság nyomozásával, bírósági tárgyalásával és ítélethirdetésével foglalkozó híradásokat is ide számítjuk, akkor a teljes vizsgált sajtóanyag hét százalékában, szám szerint 58 cikkben esett szó „roma bűnözés”-ről, romák által elkövetett bűncselekményekről. A zámolyi hírek nélkül számolva az összes közlés két százalékában fordult elő „roma bűnözés”-re vonatkozó tartalom.

A romák életmódjával kapcsolatos szövegek egy része – többnyire, de nem mindig negatív értéksugallat nélkül – pusztán annyit közölt, hogy az erősen különbözik a nem roma többségtől; például: „A roma kisebbséget más értékrend, önálló kultúra jellemzi. Ahhoz, hogy megértsék és elfogadják, meg kell ismerni őket, hiszen eltérhetnek a nevelési szokások, családi szerepek” (*Békés Megyei Napló*, február 14.); „A roma gyerekek családi szocializációja a cigány szokásrendnek megfelelő. Számára magától értetődő például az, hogy bejön és kimegy, ehhez semmiféle engedélyt nem kell kérnie. Ez a vegyes összetételű osztályokban érthetően nehézséget okoz, hiszen a többségi családokban az idegen helyen a gyerek kopog, és csak a »Szabad!« elhangzása után jön csak be. A roma családban a gyerek és általában a családtagok esznek, ha éhesek, alszanak, ha álmosak. A cigány származású gyerek nem érti, hogy miért kellene neki várni az étkezéssel, ha már meghozták az ebédet” (*Magyar Demokrata*, február 28.); „Szerelmi tragédia Ugodon: egy vegyes házasság szomorú vége [...] A történetek háttérében szerelmi dráma, egy rosszul sikerült házasság, majd a válás után elmérgesedett kapcsolat és talán az eltérő származásból fakadó kulturális, nevelésbeli, valamint más, a családi hagyományokban gyökerező ellentétek rejlenek. A két megölt ember roma származású volt. V. István nem az” (*Népszabadság*, március 1.).

Más kontextusok viszont – és ilyen volt az összes közlés két százaléka – a roma életmódot a munkakerüléssel, a lopással, az erőszakkal, a bűnözéssel azonosították; például: „Az utcán nagyban ment a petárdázás [...] a gyakorlati bemutató: egy irdatlan robbanás. Egy kreol suhanc odébbszaladt pár métert. [Amikor rászóltam,] hogy robbantani azért nem kéne, [...] ököllel kezdett érvelni” (*Magyar Demokrata*, január 17.); „A legtöbb roma családra az a jellemző, hogy nem műveli a kertjét. Joggal vetik a szemükre, hogy könnyebb segélyért kopogtatni, mint kapálni” (*Somogyi Néplap*, február 15.); „[A polgárőr- és tűzoltó egyesület elnöke:] Helyben nincs munkahely, sok a

segélyből tengődő, s nagy részük cigány. Az itteni cigányok nem keresik a kiutat, mint ahogy sok más településen, ahol kisebbségi önkormányzatok alakulnak és sikerrel pályáznak. Ez kihat a közbiztonságra is: a hiányzó anyagiakat lopással próbálják megszerezni” (*Somogyi Hírlap*, március 1.); „A cigány kisebbséghez tartozók legtöbbször megkeseríti a kunszentmiklósiak mindennapjait [...] E megállapításokat is a helybenlakók mondták ki az elmúlt héten tartott közmeghallgatáson. [...] Mint a későbbi hozzászólásokból kitűnt, követelték a bűnösök néven nevezését, az elretentő büntetéseket. [...] »A gazembereknek nem jár segély! A rendetlen portákra legyen büntetés! Végigviszem Farkas Flóriánt, nézze meg, hogyan élnek itt az emberek! Már nemcsak a tyúkokat lopták el, hanem a nyugalmunkat is!«” (*Petőfi Népe*, február 18.); „Nincs bajunk a cigányokkal – tette hozzá egy férfi –, de azt senki sem szereti, ha más eszi meg, amit ő megtermelt” (*Magyar Nemzet*, április 8.) stb.

Felbukkant az a közkeletűnek mondható nézet is, hogy a romák között magasabb arányú a bűnözés, mint a nem romák körében. „A kétségtelenül átlagon felüli roma bűnözés közvetlenül érinti a lakosságot, különösen az előregedett településeken teszi szinte védtelenné az embereket. [...] Sajnos a cigány értelmiség jó része és a velük szolidarizáló liberális értelmiség tagadja a tényeket, ahelyett, hogy közreműködne leküzdésükben” (*Magyar Nemzet*, február 16.). Volt azonban olyan írás is, amely ezt a nézetet – igaz, hogy csak egyetlen település, Vörs vonatkozásában – cáfolni igyekezett. „Lehet, hogy a vörsi cigányság helyzetéről festett kép egy kicsit idillikusra sikerült. Mert az igazsághoz azért az is hozzátartozik, hogy köztük is előfordulnak haszontalan, iszákos, netán még a törvénnyel is összeütközésbe kerülő emberek, de arányuk semmivel sem nagyobb, mint a lakosság magyar származású többségében” (*Szabad Föld*, január 18.).

A vizsgált időszakban a többség-kisebbség konfliktusok sajtóbeli bemutatásában a megszólaltatott, illetve idézett szereplők tekintetében egészében véve nem érvényesült a nem roma többség irányába húzó, a romák számára előnytelen egyoldalúság. A konfliktustárgyú közlések túlnyomó többségére a tárgyilagos ábrázolás és a semleges hangvétel volt jellemző, még az olyan, gyakran igen nehezen követhető események leírásánál is, amelyekben fizikai összeütközés történt, és roma volt az elkövető. Természetesen az erőszakkal járó konfliktusok, különösen akkor, ha az erőszakot a roma oldal kezdeményezi, tárgyilagos, elfogulatlan, semleges hangvételű leírás esetén is valószínűleg inkább a romákra vetnek rossz fényt.

Az, hogy a többség-kisebbség konfliktusokat tárgyaló írások túlnyomó hányada tárgyilagosságra és semleges hangvételre törekedett, nem jelenti azt, hogy ne akadt volna néhány, a cigányokkal (és a cigányok szószólóival) szemben szélsőségesen ellenséges közlés. Bár számuk alacsony volt – mindössze négy ilyen találtunk a konfliktusokkal foglalkozó 217 cikk között –, és egy kivétellel a hazai sajtópaletta szélsőjobb periferiáján mozgó *Magyar Demokrata* című hetilapban jelentek meg, a szóhasználat érzékeltetése céljából illusztrációképpen egy hosszabb részletet idézünk az egyik írásból: „Egy cigány férfi megvert egy tanárt Kalocsán. Keményen, brutálisan. És nemcsak az orrát törte el, de megroppantotta a lelkét is. Sajnos, több hasonló eset is történt már az országban, a kalocsai ügy azonban mindenképpen modell értékű. [...] Több jobboldali gondolkodó állítja, hogy éppen azzal segíthetnének a legtöbbet a hazai romák leszakadó részének, ha felelősségre nevelnék őket. Akkor tényleg öntudatos és gondolkodó polgárai lennének az országnak, nem lehetne madzagon rángatni őket, ahogy most egyébként a baloldal teszi velük. És a baloldal ragaszkodik is ehhez. Ma például a cigányság sajátos magatartáskultúrájáról és morális értékrendjéről éppen úgy nem szabad beszélni, mint az egyébként igencsak létező cigány bűnözésről. Nem véletlen, hogy ha a romák helyzetéről tartanak kerekasztal-beszélgetést valamelyik kereskedelmi csatornán vagy rádióműsorban, akkor oda két foglalkozásút biztosan nem hívnak meg: rendőrt és pedagógust. Amit napi tapasztalataik alapján mondanának, az nyilvánvalóan nem tetszene a liberális politikusoknak és az úgynevezett jogvédőknek; abból nem lehetne felépíteni a szenvedő és üldözött cigányság képét. [...] Amikor Orbán Viktor azt mondta egy nyilvános fórumon, hogy a hazai cigányság számára csak a tanulás és a munka lehet a felemelkedés útja, szitoközön áradt rá a baloldaltól. [...] Miként lehet természetesnek tekinteni, amikor szülők pedagógusokkal ordítanak, elküldik őket a kurva anyjukba, vagy megfenyegetik, hogy átvágják a torkukat. Az egyik fővárosi iskola egyik cigány tanulója például a tanórán szándékosan nekidobta a többkilós medicinlabdát társának. A tanár ezért pofonvágtá. Természetesen csapatostul rontottak be a rokonok [...] Agyba-főbe verték a pedagógust, aki a hosszas kórházi kezelés után szép csendesen elment dolgozni a város másik részébe. [...] Bár a romák – élükön a jogvédőkkel – élesen tiltakoznak a cigány és a magyar gyerekek elkülönítése ellen, valójában maguk kényszerítik ki saját iskolai szegregációjukat” (*Magyar Demokrata*, február 28.).

## Összesített adatok a sajtó romaképéről

Befejezésként olyan táblázatokat mutatunk be, amelyek összegzik a sajtó romaképének néhány, a fentiekben részvonalakozásokban már érintett jellegzetes vonását.

Elsőként azt vizsgáljuk, hogy a sajtó tükrében a romák ügyeit meghatározó módon maguk a romák képviselték-e, vagy inkább a többségi nem romáké volt-e a szó a romák ügyeiben is (*lásd a 9. táblázatot*). A teljes elemzett sajtóanyag 41 százaléka, szám szerint 342 cikk tartalmazott olyan részlete(ke)t, amely(ek)ben egy vagy több szereplő valamilyen, a romákat érintő ügyben megszólalt, véleményt nyilvánított.

### 9. táblázat: Kik beszélnek a romák nevében?

	Az összes cikk százalékában	A megszólalást idéző cikkek százalékában
Csak roma	11	27
Roma is, nem roma is	14	33
Csak nem roma	17	40
Összesen		100
N	826	342

A megszólalásokat idéző cikkek 60 százalékában romák is szót kaptak, sőt, több mint a negyedükben csak romák kaptak szót. A nem romák, a többséghez tartozók mégis jóval nagyobb arányban hallathatták hangjukat roma ügyekben, sőt, az esetek 40 százalékában kizárólag ők nyilatkoztak. Vagyis a sajtó olyan helyzetet tükrözött, amelyben a többségi társadalom képviselői (mindenekelőtt a többségi politikusok) jóval nagyobb szerephez jutottak a kisebbség, azaz a romák ügyeinek nyilvános megvitatásában, véleményezésében, minősítésében, mint maguk az elsődlegesen érintettek.

A 10. és 11. táblázatok arra a kérdésre keresték a választ, hogy milyen arányban és az élet milyen területein ábrázolta a sajtó a romákat egyfelől sikereseknek, tehát olyanoknak, akik felülkerekednek problémáikon, másfelől veszteseknek, vagyis olyanoknak, akik nem képesek változtatni a sorsukon.

Az összes elemzett közlés 18 százalékában, szám szerint 150 cikkben esett szó roma sikerekről (lásd a 10. táblázatot). A kulturális és oktatási tárgyú írások áttekintésekor már láttuk, hogy a romákkal kapcsolatban elsősorban kulturális teljesítmények és rendezvények, valamint egyéni tanulási, továbbtanulási eredmények összefüggésében történtek említések sikerekről.

**10. táblázat:** Roma sikereket említő cikkek a sajtóban

	Az összes cikk százalékában	A sikert említő cikkek százalékában
Kulturális siker	7	37
Siker a tanulásban	5	27
Egyszintenciális, illetve gazdasági siker	2	9
Hagyományörző és egyéb rendezvények sikere	3	14
Emberi jogi siker	1	5
Politikai-közéleti siker	4	20
N	826	150

Az emberi jogi sikerek leggyakrabban említett példajaként az a híradás szolgálhat, amely szerint „a Freedom House [...] jelentése méltatja, hogy önálló roma rádió működik az országban” (*Magyar Nemzet* és számos más újság, április 24.). Politikai-közéleti sikerként pedig leginkább azokat a nem roma és roma politikusi nyilatkozatokat azonosíthatjuk, amelyek – akármelyik oldalon – győzelemként, sikerként könyveltek el valamilyen, a romákat érintő politikai-közéleti fejleményt.

A sikereket említő írásokhoz hasonlóan egy csoportba fogtuk össze mindazokat a cikkeket, amelyek a romáknak kedvezőtlen társadalmi jegyeket tulajdonítottak, függetlenül attól, hogy e jegyekhez adott esetben nagyon eltérő morális megítélés társulhat (lásd a 11. táblázatot). E jegyek együvé foglalását magától értetődően indokolja, hogy együttesük világosan körülhatárolja a halmozottan hátrányos helyzetű, a társadalom periferiájára szorult, elesett, önerőből saját magán segíteni nem képes, torz túlélési stratégiákra és devianciára hajlamos rétegeket, amelyek – hacsak nem kapnak hathatós segítséget – a mindenkori vesztes szerepébe kényszerülnek.

**11. táblázat:** A romákról kedvezőtlen társadalmi jegyeket említő közlések

	Az összes cikk százalékában	A kedvezőtlen jegyet említő cikkek százalékában
Szegénység, nyomor	14	50
Kirekesztettség, perifériára szorultság	8	28
Iskolázatlanság, alulképzettség	6	21
A többségétől eltérő életmód	2	7
Bűnözés (a zámolyi gyilkosság, illetve tárgyalás hírei nélkül)	2	7
Belső roma viszályok	2	7
N	826	237

Összességében a vizsgált sajtóanyag 18 százalékában fordultak elő a romákra nézve kedvező (sikereket, eredményeket említő) és 29 százalékában kedvezőtlen (a szegénységet, elesettséget, kirekesztettséget, deviáns életmódelemeket említő) tartalmak. A végeredményt tehát úgy summázhatnánk, hogy a 2002. évi parlamenti választások kontextusában a sajtó negatív színezetű, de jelentős mennyiségű pozitív elemmel árnyalt képet festett a hazai cigányságról.

**Irodalom**

Bernáth Gábor (2003) Hozott anyagból – A magyar média romaképe. *Beszélő*, augusztus 6.

Bernáth Gábor & Messing Vera (1999) Romák a magyarországi médiában: hogyan szeretnénk látni a cigányokat. In: Sárközy Erika (szerk.) *Rendszerváltás és kommunikáció*. Budapest, Osiris Kiadó & Erasmus Közéleti Kommunikációs Intézet.

Messing Vera (1998) Nemzeti és etnikai kisebbségek képe a magyar sajtó híreiben. *Jel-Kép*, 4. sz.

Messing Vera (2003) Változás és állandóság. Kiköltöztetési konfliktus médiabemutatója a rendszerváltás előtt és után. *Médiakutató*, nyár.

Messing Vera (2004) Süketek beszéde. A jászladányi iskolaügy kapcsán kialakult sajtódiskurzus kvalitatív elemzése. *Médiakutató*, tavasz.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

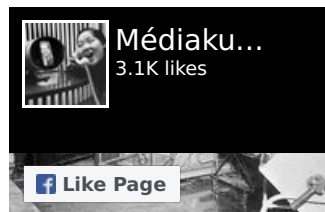
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Jog

[dr. Munkácsi Péter:](#)

# Néhány gondolat a rádió- és televízió-szervezetek szomszédos jogi védelmét érintő nemzetközi szerződéstervezetről

*„Még broadcastingnak hívták,  
s nagyon sok pénzbe került,  
mikor az első szpíker izgatottan  
a mikrofonhoz ült”*

(Presser Gábor – Sztevanovity Dusán: A rádió)

**A Szellemi Tulajdon Világszervezetében (WIPO-OMPI) közel hat éve dolgoznak egy nemzetközi szerződés tervezetén, amely a rádió- és televízió-szervezetek úgynevezett szomszédos jogi védelmét érinti. A jelen írás rövid áttekintést ad a munka jelenlegi, a 2004 júniusában soron következő szakbizottsági ülést megelőző állásáról, valamint a várható hazai kihatásairól a tárgyhoz kapcsolódó nemzetközi egyezmények viszonyrendszerében.**

### Bevezető

Hol van ma már a rádiózás hőskora, amikor az új, titokzatos technikai csoda – Kosztolányi szavaival élve a „kincseskamra, néha lomtára, papírkosára, szemetesládája, sőt köpöcsészéje mindenféle hangnak, mely a föld és ég között lármáz” – a kellő távolságtartás okán angol eredetű elnevezést viselt? Bár külön tanulmányt is megérne a broadcasting fogalma, valamint szókapcsolatainak magyarosítása, hiszen az szerzői jogi értelemben „sugárzó”, médiajogi megközelítésben „műsorszolgáltató szervezetek” néven honosodott meg. A fogalmi-nyelvi interpretáció helyett a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szjt.) a „rádió- és televízió-szervezetek” terminológiát alkalmazza, összhangban a hazai irodalomban bevett állásponttal, amely a magyar nyelvű meghatározást inkább tartalmi, tevékenységi oldalról közelíti meg. Azokról a szervezetekről van szó, amelyek saját rádió- vagy televízióműsort készítenek, és azt a nyilvánosságához közvetítik (Tomori, 2000: 371).

E dolgozat nem vállalkozik a rádió- és televízió-szervezetek védelmével kapcsolatos nemzetközi egyezményeknek, illetve a közösségi irányelvek vonatkozó rendelkezéseinek áttekintésére<sup>1</sup>, sem a Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO/OMPI) Szerzői és Szomszédos Jogi Állandó Bizottsága (a továbbiakban: Állandó Bizottság) e tárgyat is érintő valamennyi ülészaka eseménynaptárának összeállítására<sup>2</sup>. Célja az, hogy a rádió- és televízió-szervezetek szomszédos jogi védelmét érintő nemzetközi szerződéstervezetnek a WIPO-ban zajló előkészítő munkájáról összefoglalóan adjon számot az előadóművészek, a hangfelvétel-előállítók és a műsorsugárzó szervezetek védelméről szóló, 1961. október 26-án aláírt és az idén 40 éve, 1964. május 18-án hatályba lépett Római Egyezmény kontextusában.

### A Római Egyezmény

A szerzői joggal szomszédos jogok nemzetközi védelmének kérdése az első alkalommal az irodalmi és zenei művek védelméről szóló Berni Egyezmény (BUE) felülvizsgálatáról szóló 1928-as római konferencián merült fel a nemzetközi diplomácia szintjén. Jóval a következő felülvizsgálati konferencia megrendezése előtt, 1939-ben készült el az első tervezet (az úgynevezett Samadeni tervezet), amely a BUE mellékletét képezte volna, és nemcsak az előadóművészek, a hangfelvétel-előállítók és a műsorsugárzó szervezetek jogait, hanem a követő jogot (*droit de suite*) is érintette (Goldstein, 2001).

1949-ben három nemzetközi szervezet, a BIRPI (a WIPO jogelődje), az UNESCO és a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) kezdeményezése és irányítása mellett kezdődött el a szomszédos jogokat érintő önálló egyezmény tervezetének kidolgozása. Az 1951-es római, az 1956-os genfi és az 1957-es monacói szövegváltozatokat az 1960-as hágai konferencián kompromisszumok árán egységes változatba szerkesztették össze, amely aztán alapját képezte

az 1961-es Római Egyezménynek<sup>3</sup>.

Az egyezménynek a rádió- és televízió-szervezeteket (az egyezmény szóhasználata szerint „műsorsugárzó szervezeteket”) érintő rendelkezései közül most csak a nemzeti elbánásra, az egyezmény által biztosított minimumjogokra vonatkozó rendelkezéseket tekintem át. A nemzeti elbánást a Római Egyezménnyel kifejezetten biztosított védelem, valamint az abban foglalt korlátozások figyelembevételével kell biztosítani (2. cikk 2. bekezdés). Főszabályként ennek az egyezménynek az alkalmazásában a nemzeti elbánás annak a szerződő államnak a hazai törvényei szerinti elbánását jelenti, ahol a védelmet kéri olyan műsorsugárzó szervezetek számára, amelyek székhelye az illető államban van, és olyan adásokra vonatkozóan, amelyeket a területén elhelyezett adókról sugározhatnak (2. cikk 1. bekezdés c. pont). A Római Egyezmény szerint valamennyi szerződő állam nemzeti elbánásban köteles részesíteni a műsorsugárzó szervezeteket, ha azok székhelye valamely másik szerződő államban van, vagy a sugárzott műsort valamely másik szerződő államban lévő adóállomásról vették át (6. cikk 1. bekezdés). Azonban bármelyik szerződő állam nyilatkozhat úgy, hogy csak abban az esetben fog védelmet nyújtani a sugárzott műsoroknak, ha a műsorsugárzó szervezet székhelye valamely másik szerződő államban található, és a sugárzás átvitele ugyanazon szerződő államban lévő adóállomásról történt (6. cikk 2. bekezdés).

A Római Egyezmény 13. cikke rendelkezik a minimumjogokról. Eszerint a műsorsugárzó szervezetek joga, hogy engedélyezzék vagy megtiltsák

a. sugárzott műsoraik tovább sugárzását;

b. sugárzott műsoraik rögzítését;

c. (i) a sugárzott műsoraikról engedélyük nélkül készített rögzítések többszörözését, (ii) a sugárzott műsoraikról a 15. cikk rendelkezéseivel összhangban eszközölt rögzítéseknek az e rendelkezésekben említettektől eltérő célokra való többszörözését;

d. televíziós sugárzott műsoraiknak a nyilvánossághoz való közvetítését, ha az olyan helyen történik, amely a nyilvánosság számára belépődíj megfizetése ellenében áll nyitva; e jog gyakorlásának feltételeit azon szerződő állam jogosult meghatározni, amelyben a védelmét igénylik.

A fenntartásokat engedő 16. cikk b. pontja értelmében, ha valamely szerződő állam nyilatkozatot tesz, hogy a 13. cikk d. pontja szerinti nyilvánossághoz való közvetítés jogát nem alkalmazza, a többi szerződő állam nem köteles biztosítani a 13. cikk d. pontjában említett jogot azoknak a műsorsugárzó szervezeteknek, amelyeknek székhelye a nyilatkozó államban van.

Vitathatatlan a Római Egyezmény úttörő jelentősége, hiszen gyakorlatilag három jogosult csoport tekintetében létrejött a szerzői joggal szomszédos jogok jogdogmatikailag önálló köre. Mégis évtizedekre volt szükség ahhoz, hogy a nemzeti törvényhozások rálépjenek a nemzetközi jog által kijelölt útra (Boytha, 2000: 544). A közben eltelt idő alatt az átviteli technikák és a vevőberendezések tökéletesedése révén a műsorsugárzási cselekmények nagy szerepet kaptak. Új terjesztési szolgáltatásokat hoztak létre, és számottevően nagyobb lett a műsor, illetve szolgáltatási kínálat, többé-kevésbé az interaktivitás mentén. A hagyományos műsorsugárzás terén a megnövelt csatornakapacitást tekintik a legfontosabb innovációs elemnek. Mivel a koaxiális kábeleket csak az 1960-as, 1970-es években kezdték alkalmazni, a kábelen való terjesztés nem tárgya a Római Egyezménynek, mint ahogyan napjaink új jelenségei, a jelkódolás és a digitális technikákból, multimédia-alkalmazásokból adódó új felhasználási területek sem azok.

A Római Egyezmény rendelkezik egy kormányközi bizottság létesítéséről, amelynek feladata a dokumentum felülvizsgálatának előkészítése<sup>4</sup>. Bár már tíz évvel az egyezmény hatályba lépését követően, 1974-ben modellrendelkezéseket alkottak a szomszédos jogok aktualizálása érdekében, és 1979-től albizottság figyeli az egyezmény gyakorlati érvényesülését, a felülvizsgálatra még nem került sor. A revízió szükségességére konkludált a bizottság 1999-ben tartott 17. rendes ülésére készített összehasonlító tanulmány, amely a Római Egyezmény, a Szellemi Tulajdon Világszervezetének az Előadásokról és a Hangfelvételekről szóló Szerződése (WPPT) és a Megállapodás, amely a szellemi tulajdon kereskedelemmel összefüggő kérdéseit szabályozza (TRIPS Megállapodás)<sup>5</sup> viszonyrendszerével (Walter Report) foglalkozott<sup>6</sup>. A tanulmány megvitatása során nem merültek fel lényeges ellenvélemények sem 1999-ben, sem a 2001 júniusára összehívott következő rendes ülésen<sup>7</sup>.

### **További nemzetközi fejlemények**

Amint a Római Egyezmény teljes szövegét, úgy egyes rendelkezéseit sem vizsgálták felül. A műhold útján továbbított műsorhordozó jelek elosztására vonatkozó, 1974-ben aláírt brüsszeli Műhold Egyezmény is csak néhány rendelkezést tartalmazott e tárgyban. A TRIPS Megállapodás vonatkozó rendelkezése gyakorlatilag a Római Egyezmény mintájára épül fel. A 14. cikk 3. pontja értelmében a rádió- és televízió-szervezeteket megilleti az a jog, hogy hozzájárulásukhoz kössék a sugárzott műsor rögzítését, a rögzítések többszörözését és tovább sugárzását, valamint rádió- és televízióműsoraik közönséghez való közvetítését. Ahol a tagok ilyen jogokat nem adnak a rádió- és televízió-szervezeteknek, megadják a lehetőséget a műsorok tartalmára vonatkozóan fennálló szerzői jogok tulajdonosainak arra, hogy - összhangban a BUE előírásaival - megakadályozzák a fenti cselekményeket. Igen vitatott a TRIPS Megállapodás 14. cikkének 6. pontja, amely lehetővé teszi a tagok számára a Római Egyezmény szerinti feltételeket, korlátozásokat, kivételeket és fenntartásokat. A BUE 18. cikkében foglalt visszaható védelem is megfelelően alkalmazandó az előadóművészek és a hangfelvételgyártók hangfelvételekre vonatkozó jogaira, de a rádió- és televízió-szervezetek jogaira nem. Ezért ezek érdekképviseleti szervezetei gyakran adnak hangot azon nézetüknek, hogy e vonatkozásban a TRIPS Megállapodás nem tartalmaz valóban lényeges rendelkezéseket, sőt, a Római Egyezmény előírásaihoz képest inkább csorbítja jogait.

1996. december 20-án Genfben a közel 120 ország részvételével a WIPO által megrendezett diplomáciai konferencia két nemzetközi szerzői jogi tárgyú szerződés: a Szerzői Jogi Szerződés (WCT) és a WPPT aláírásával zárult<sup>8</sup>. A két nemzetközi dokumentumot együtt szakmai körökben gyakran „Internet-szerződések”-nek is nevezik, mivel számos rendelkezést tartalmaznak a szerzői jogi és szomszédos jogoknak a digitális korszak technikai kihívásainak is megfelelő védelmére. A két WIPO szerződés közül a WPPT naprakész szabályozást biztosított a Római Egyezmény két jogosulti csoportja, a hangfelvétel-előállítók és az előadóművészek (kivéve az audiovizuális előadóművészi teljesítmények<sup>9</sup>) vonatkozásában; kimaradtak viszont a védelemből a rádió- és televízió-szervezetek, találó kifejezéssel élve „Róma árvái”. A diplomáciai konferencia előkészítő munkáit intéző *New Instrument Committee* és a *Berne Protocol Committee* a néhány évvel korábbi TRIPS tárgyalások tapasztalataiból kiindulva azon az állásponton volt, hogy nagyon lelassítaná az új szerződésszöveg előkészítő munkáit, ha abba belefoglalnák a rádió- és televízió-szervezetek jogait is. Az 1996 februári együttes bizottsági ülésen a rádió- és televízió-szervezetek jogainak nemzetközi szintű naprakésszé tétele érdekében tett küldöttségi indítvány nyomán az a döntés született, hogy e témakörrel közvetlenül a diplomáciai értekezlet befejezését követően, a WIPO égisze alatt kell foglalkozni. A Fülöp-szigeteki küldöttség javaslata alapján a WIPO Nemzetközi Irodája 1997 áprilisában Manilában nemzetközi szimpóziumot rendezett a műsorsugárzók jogairól (*WIPO World Symposium on Broadcasting, New Communication Technologies and Intellectual Property*, lásd Ficsor, 2002).

## A WIPO szerződéstervezete

Az Állandó Bizottság munkájának alapját a manilai, valamint az 1998. februári, Cancúnban megtartott WIPO *brainstorming*-fórumok következtetései képezték. Az Állandó Bizottság első három ülészakán napirenden volt ugyan a rádió- és televízió-szervezetek jogainak kérdése, az érdemi munka azonban csak az ötödik, úgynevezett „létározó” ülészakon, 2001 májusában kezdődött el. A munkaanyag alapját az Állandó Bizottsághoz 2003 szeptemberéig benyújtott alábbi dokumentumok képezik:

- SCCR/2/5: a WIPO tagállamok és az Európai Közösség 1999. március 31-ig benyújtott javaslatai (beleértve Svájc javaslatát is);
- SCCR/2/7: Mexikó javaslata;
- SCCR/2/10 Rev.: a közép-európai és balti államok 1999. április 20. és 22. között Vilniusban az adatbázisok védelme és a rádió- és televízió-szervezetek jogai tárgyában megrendezett regionális kerekasztalán elfogadott jelentése;
- SCCR/2/12: Kamerun javaslata;
- SCCR/3/2: az afrikai államok 1999. június 22. és 24. között Cotonouban az adatbázisok védelme és a rádió- és televízió-szervezetek jogai tárgyában megrendezett regionális kerekasztalán elfogadott jelentése;
- SCCR/3/4: Argentína javaslata;
- SCCR/3/5: Tanzánia javaslata;
- SCCR/3/6: az ázsiai országok 1999. június 29. és július 1. között Manilában az adatbázisok védelme és a rádió- és televízió-szervezetek jogai tárgyában megrendezett regionális kerekasztalán elfogadott nyilatkozata;
- SCCR/5/4: Japán javaslata;
- SCCR/6/2: az Európai Közösség és tagállamai javaslata;
- SCCR/6/3: Ukrajna javaslata;
- SCCR/7/7: Uruguay javaslata;
- SCCR/8/4: Honduras javaslata;
- SCCR/9/3 Rev.: Kenya javaslata;
- SCCR/9/4 Rev.: az Amerikai Egyesült Államok javaslata;
- SCCR/9/8 Rev.: Egyiptom javaslata;
- SCCR/9/10: Kanada javaslata;
- SCCR/9/12: az Európai Közösség és tagállamai javaslata (lásd még SCCR/10/3/ Corr.alatt)

A felsorolt dokumentumok főként szerződésszöveg-szerű javaslatokat tartalmaznak, némelyik azonban csupán állásfoglalás vagy nyilatkozat formájában reflektál egyes részkérdésekre. A WIPO Titkársága valamennyi, az eddigi ülészakokhoz beérkezett javaslatról rendszerbe foglalt, az összehasonlításra lehetőséget adó összeállításokat készített. Szem előtt tartva azt a célt, hogy a további munka folytatását áttekinthetőbbé tegyék, és ezzel felgyorsítsák, az Állandó Bizottság 2004 júniusában soron következő ülésére elkészült az egységes szerkezetbe foglalt, szövegmagyarázatokkal kiegészített szövegváltozat, amelynek struktúrája követi az 1996-os WIPO „Internet-szerződések”-et, illetve az audiovizuális előadóművészi teljesítmények tárgyában függőben lévő szerződéstervezetet.<sup>10</sup> A 31 cikkből álló tervezet a következő nagyobb egységekből áll:

- I. Cím
- II. Bevezetés
- III. Más egyezményekhez való viszony
- IV. Meghatározások
- V. Az e Szerződés szerinti védelem kedvezményezettjei
- VI. Nemzeti elbánás
- VII. A rádió- és televízió-szervezetek jogai
- VIII. Korlátozások és kivételek
- IX. Védelmi idő
- X. Műszaki intézkedésekkel kapcsolatos kötelezettségek
- XI. Jogkezelési adatokkal kapcsolatos kötelezettségek
- XII. Alaki követelmények
- XIII. Fenntartások
- XIV. Időbeli hatály



## XV. A jogok érvényesítésével kapcsolatos rendelkezések

### XVI. Adminisztratív és záró rendelkezések

- Közgyűlés
- Nemzetközi Iroda
- Csatlakozás a Szerződéshez
- Jogok és kötelezettségek a Szerződés értelmében
- A Szerződés aláírása
- A Szerződés hatálybalépése
- A Szerződés hatálybalépése valamely tagállam tekintetében
- A Szerződés felmondása
- A szerződésben használt nyelvek
- Letéteményes

A viták olyan alapkérdések kapcsán bontakoztak ki, mint például a védelem tárgya, illetve a védelem kedvezményezettje(i). E csomópontok mentén kerültek napirendre különösen az internetalapú műsorsugárzás/műsorsugárzók (*webcasting/webcasters*), a műsorhordozó jelek, a műsorsugárzó szervezetek és a jelkalkodás kérdései.

2001 óta az internetalapú műsorsugárzás kérdése szolgál a viták alapjául. A webcasting eltérő megítéléséből adódóan leginkább az Európai Közösség és a tagállamok, valamint az Amerikai Egyesült Államok álláspontja különül el markánsan, míg Japán számos különböző – a legtöbb gyakorlati tapasztalatot felmutató – megállapítást fogalmazott meg. 2003 nyarán, a kilencedik ülésen az Egyesült Államok képviselője mutatta be az SCCR/9/4 Rev. számú módosított javaslatot. Az új szövegváltozat kialakítását egyfelől a nyolcadik ülésen felvetett kérdések, másfelől a USPTO-ban<sup>11</sup> és a USCO-ban<sup>12</sup> folytatott szakmai viták eredménye alapozta meg. A dokumentummal olyan naprakész egyezmény megalkotását célozzák meg, amely egyaránt megfelel a mai és az előrelátható jövőbeni technológia állásának. A dokumentum két alapvető problémára helyezi a hangsúlyt: a jogi védelem kedvezményezettjeire és a biztosítandó jogokra. A küldöttség hangsúlyozta, hogy nem lenne teljes értékű megoldás a megalkotandó szerződést a hagyományos műsorsugárzásra korlátozni. A 21. században létrehozandó első nemzetközi egyezménynek a 21. század fejlődését és érdekeit kell tükröznie. Éppen ezért a kedvezményezettek körébe beletartoznának a vezetékes és az internetes műsorsugárzók (*webcasters*) is. Ami a biztosítandó jogok körét illeti, a javaslatban szereplő jogosítványok lehetővé teszik a kedvezményezettek számára a jelkalkodás elleni küzdelmet, valamint előnyök szerzését a számítógépes hálózaton való továbbközvetítésből, a vezetékes továbbközvetítésből és az eltérő idejű vezetékes vagy vezeték nélküli közvetítésből (*deferred transmission*). A védelem számos itt felsorolt eleme jóval túlmutat a Római Egyezmény, valamint a TRIPS Megállapodás rendelkezésein. Az amerikai javaslat szerint a leendő nemzetközi dokumentum tagsága azokra az államokra szorítkozna, amelyek az 1996-os WIPO szerződéseknek is tagjai.

Japán küldöttsége rámutatott, hogy az SCCR/9/9 jelzéssel ellátott anyagukban kielemezték azokat a kritikus kérdéseket, amelyek az új nemzetközi egyezmény és a webcasting viszonylatában merültek fel. Kiemelték azt a körülményt, hogy míg a műsorsugárzó szervezetek védelmi szintjének és annak terjedelmének naprakésszé tétele sürgető feladat, addig az interneten alapuló műsorszolgáltatási cselekmények védelme újonnan felmerült kérdés, amely további alapos értékelést, vizsgálatot igényel. Nézetük szerint a legjobb megoldás az lenne, ha az új egyezmény kapcsán megegyezésre jutnának, míg a webcasting vonatkozásában új vitákat kellene nyitni.

Az Európai Közösség delegációjának vezetője ugyanezen az ülésen azt hangsúlyozta, hogy a vita központi kérdése: az új egyezményben mennyiben kapnának helyet olyan cselekmények, amelyek védelemben részesülnének a hagyományos vezeték nélküli műsorsugárzás kapcsán. Evidenciának tekinthető, hogy a Római Egyezmény felülvizsgálatra szorul, eddig azonban sem arra nem született közös válasz, hogy a felülvizsgálat meddig terjedjen, sem arra, hogy az egyezmény magában foglaljon-e bizonyos internetalapú közvetítéseket vagy a webcastingot. Az európai küldöttség osztotta más delegációk nézeteit, különös tekintettel a japán küldöttség által megfogalmazottakra, miszerint nem szükséges ugyanolyan mértékű védelmet nyújtani a nagyszámú és beazonosíthatatlan internetalapú műsorsugárzók számára, mint a már elismert műsorsugárzóknak. Másfelől azonban nem támogatták azt az elképzelést sem, hogy valamennyi, az új technológián alapuló közvetítést ki kellene zárni az új dokumentum tárgyából. Az SCCR/9/12 jelzetű dokumentum alatt becsatolt szöveg kialakítása során a fenti megfontolásokat vették figyelembe. A szöveg az alábbi meghatározást tartalmazza:

„E szerződés alkalmazásában a műsorsugárzás<sup>13</sup> hangoknak vagy képeknek és hangoknak vagy azok megjelenítéseinek a nyilvánosság általi vétel céljából vezetéken vagy a légtéren – ideértve a kábelen és műholdon – keresztül történő átvitelét jelenti; kódolt jelek átvitele akkor minősül műsorsugárzás<sup>14</sup>-nak, ha a nyilvánosság számára a dekódoláshoz szükséges eszközöket a műsorsugárzó szervezet vagy annak hozzájárulásával más biztosítja. A műsorsugárzó szervezet műsorának kábelen való egyszerű továbbközvetítése vagy a 7. cikk alapján a rögzített műsorok hozzáférhetővé tétele vagy az eredetileg a számítógépes hálózatokon történő átvitelük nem alapoznak meg műsorsugárzási cselekményt. Mindazonáltal a műsorsugárzó szervezetek saját műsorainak a számítógépes hálózatokon történő egyidejű és változatlan továbbközvetítése védelmet élvez a jelen szerződés alapján, amennyiben e cselekmény műsorsugárzás volt.”

Lábjegyzetbe a következő szöveg került:

„Az Európai Közösség és tagállamai nyitottak annak a kérdésnek a további vitájára, hogy e cikket ki kell-e egészíteni további meghatározásokkal; ki kell-e zárni a továbbközvetítés más kategóriáit a műsorsugárzás fogalmából; illetve a fogalmakat önálló cikkbe vagy az anyagi jogi rendelkezések közé

kell-e elhelyezni.”

Az ülészakokon elnöki tisztséget betöltő finn szakember, Jukka Liedes 2002 folyamán kitűnő összeállítást készített a védelem tárgyairól, illetőleg a jogokról és az egyéb cselekményekről, amelyekkel az Állandó Bizottságnak a továbbiakban foglalkoznia kell. Ezt a munkaanyagot 2003 nyarán, a kilencedik ülés során átdolgozta, jól illusztrálva, melyek azok a kérdések, amelyekben az Állandó Bizottság tagjai között konszenzus jött létre, illetve azok, amelyek további tisztázást igényelnek. A védelem tárgyai közül ezek a következők:

1. rádió- és televízióműsor (műsorhordozó) jelei a légtéren keresztül;
2. vezetékes eredetű (műsorhordozó) jelek;
3. a műsorsugárzást megelőző (műsorhordozó) jelek;
4. az 1. és/vagy a 2. egyidejű műsorfolyamata (*simultaneous streaming*) (jel);
5. interneten létrehozott műsorfolyamat (jel).

A jogokat és kötelezettségeket illetően tíz releváns jogi vagy egyéb cselekményt határoztak meg, ezek:

1. rögzítés;
2. rögzítések többszörözése - lehetséges feltételek;
3. rögzítések terjesztése - lehetséges feltételek;
4. tovább sugárzás (egyidejű);
5. vezetékes továbbközvetítés (egyidejű);
6. továbbközvetítés az interneten keresztül (egyidejű);
7. rögzítésen alapuló eltérő idejű műsorsugárzás/vezetékes/internetes közvetítés;
8. rögzített adások hozzáférhetővé tétele;
9. a nyilvánossághoz való közvetítés (a közönség számára hozzáférhető helyiségekben);
10. kötelezettségek a műszaki intézkedések megkerülésével szembeni védelemhez és a jogkezelési adatok védelméhez kapcsolódva; kódolt műsorsugárzások dekódolása.

A tagállamok mellett az Állandó Bizottság ülésein mintegy 45-50 államközi és nem kormányzati szervezet képviselteti magát megfigyelői státuszban. A nem kormányzati szervezetek között összhang mutatkozik abban a tagállamok részére szánt figyelemfelhívásban, hogy tegyenek meg mindent a nemzetközi szerződés mielőbbi tető alá hozása és a jelkalkodás visszaszorítása érdekében. A hozzászólásokban különösen aktív szerepet játszik az UNESCO, az ILO, a nem kormányzati szervezetek közül a Nemzetközi Irodalmi és Művészeti Szövetség (ALAI), az Ázsiai-Csendes óceáni Műsorsugárzó Szervezetek Uniója (ABU), a CISAC, illetve nevében a Rögzítési és Többszörözési Mechanikai Jogokat Kezelő Társaságok Nemzetközi Irodája (BIEM), a Színművészek Nemzetközi Szövetsége (FIA), a Hangfelvétel-előállítói Iparág Nemzetközi Szövetsége (IFPI), az Előadóművészi Közös Jogkezelés Európai Csoportjának Képviselői Szervezetei (ARTIS GEIE), a Zenei Kiadók Nemzetközi Szövetsége (ICMP) és az Ibériai-Latin-Amerikai Előadóművészek Szövetsége (FILAI). Gyakorlatilag az Amerikai Digitális Média Egyesület (DiMA) kivételével a nem kormányzati szervezetek részéről sem nyert megerősítést a *webcasting* tervezett amerikai szabályozási módja. 2003 novemberében, a tizedik ülésen érdekes javaslattal állt elő a Nemzetközi Zenei Menedzser Fórum (IMMF): támogatják a nemzetközi szerződés tervezetét, de a *webcasting*ra vonatkozó külön jegyzőkönyvvel egészítenék ki.

## Összegzés

A Római Egyezmény megújulásának újabb lehetőségét előlegezte meg 2001 júniusában a kormányközi bizottság azon döntése, hogy legközelebbi ülését - a kellő felkészülés biztosítása érdekében - 2003 helyett csak 2005-re hívják össze, valamint hogy a nem kormányzati szervezetek véleményezhessék a *Walter Reportot*. A legközelebbi ülésen önálló napirendi pontként tárgyalják majd az egyezmény jövőjét is. Magyar szempontból ennek különösen nagy a jelentősége, mivel 2001-ben hazánkat beválasztották a kormányközi bizottság tagjai közé, így 2005-től közreműködhetünk a szomszédos jogok egyik legfontosabb nemzetközi dokumentuma felülvizsgálatának előkészítésében, a felülvizsgálat fő irányának kijelölésében.

Bár a 2003-as esztendő nem hozott jelentős előrelépést a rádió- és televízió-szervezetek nemzetközi szintű védelmében, a WIPO készülő szerződéstervezete körül mindinkább körvonalazódni látszik az egyetértés. A tárgy nemcsak nemzetközi, hanem regionális jelentőségét hangsúlyozza az is, hogy az Európa Tanács (ET) hasonló tárgyú ajánlást fogadott el. Az ET Médiabizottsága (CDMM) a 2002. május 14. és 17. között Strasbourgban tartott ülésén az ajánlás véglegesített szövegét konszenzussal hagyta jóvá, valamint döntött annak a Miniszteri Bizottság elé való terjesztéséről. A bizottság 2002. szeptember 11-én Rec. (2002)7 szám alatt fogadta el az ajánlást azokról a teendőkről, amelyek a műsorsugárzó szervezetek szomszédos jogi védelmének erősítését szolgálják.

A WIPO Állandó Bizottságában zajló munka folytatására 2004. június elején kerül sor. A munkát lényegesen segíti majd a fent említett egységes szerkezetbe foglalt szövegváltozat. Nem lényegtelen, miként alakul majd a munka a még nyitott kérdésekben, hiszen ha további előrehaladás figyelhető meg, a júniusi ülészak következtetéseit a 2004. szeptemberre kitűzött WIPO Közgyűlés elé terjesztik, amely dönthet a nemzetközi dokumentum elfogadása céljából megtartandó diplomáciai konferencia 2005-re való összehívásáról.

Az Állandó Bizottság munkáját Magyarország az első ülészak óta folyamatosan nyomon követi. Képviselőink egyénileg vagy a WIPO-n belüli közép-európai és balti államok regionális csoportjának tagjaként tett hozzászólásaikkal segítették elő a munkát. Magyarország is részt vett a SCCR/2/10 Rev. számú jelentés megfogalmazásában, amelyet a közép-európai és balti államok az 1999. április 20. és 22. között Vilniusban, az adatbázisok védelme és a rádió- és televízió-szervezetek jogai tárgyában megrendezett regionális kerekasztal-tárgyalásán fogadtak el. Az Állandó Bizottság korábbi ajánlásainak megfelelően a magyar küldöttség 2002

májusában ankétot szervezett, amelyen nagyszámú érdeklődő vett részt. Szövegszerű módosító javaslat akkor nem született, azonban a sikeres rendezvényt követően már csak egy szűk szakmai kör tanúsít figyelmet a további fejlemények iránt.

A nemzetközi fejlődési tendenciák értelemszerűen az Szjt. idevonatkozó rendelkezéseinek kiigazítását is igénylik. A munka jelenlegi fázisában úgy tűnik, hogy a műsorsugárzást megelőző jelek, a rögzítések terjesztése, a tovább sugárzás és a rögzített adások hozzáférhetővé tételének kérdései lehetnek azok, amelyek a tárgybeli WIPO-szerződés elfogadását követően érinthetik szerzői jogunk módosítását<sup>13</sup>. Ehhez elengedhetetlennek látszik a hazai rádió- és televízió-szervezetek hasznos, támogató javaslatainak megfogalmazása akár egyénileg, akár egyesületi vagy szövetségi keretek között.

## Irodalom

Boytha György (2000) A hatályos szerzői és szomszédos jogi szakegyezmények, Függelék. In: Gyertyánfy Péter (szerk.) *A szerzői jogi törvény magyarázata*. Budapest: KJK-Kerszöv.

Goldstein, Paul (2001) *International copyright: principles, law and practices*. Oxford University Press, § 2.2.1.1.

Ficsor, Mihály (2002) *The Law of Copyright and Internet. The 1996 WIPO Treaties, their Interpretation and Implementation*. New York: Oxford University Press, Chapter 2, G 2.50.

Munkácsi Péter (2001) Az audiovizuális előadóművészi teljesítmények védelme a WIPO 2000-ben megrendezett diplomáciai értekezletének tükrében *MIE Közleményei* 42. szám.

Munkácsi Péter (2003) Félúton a rádió- és televízió-szervezetek szomszédos jogi védelmét érintő nemzetközi szerződéstervezet elfogadása felé - visszatekintés a 2002. évre. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2003. február.

Sár Csaba & Náthon Natalie (2002) A műsorsugárzó szervezetek jogi védelme a WIPO egyezménytervezetének tükrében. In. Enyedi Nagy Mihály & Polyák Gábor, dr. & Sarkady Ildikó (szerk.) *Magyarország médiakönyve 2002*. Budapest: ENAMIKE.

Tomori Pál (2000) A szerzői joggal szomszédos jogok védelme, XI. fejezet, ad 80. §. In: Gyertyánfy Péter (szerk.) *A szerzői jogi törvény magyarázata*. Budapest: KJK-Kerszöv.

## Lábjegyzetek

1

A magyar nyelvű történeti áttekintést lásd Sár és Náthon (2002: 596-600).

2

A hazai olvasók számára az Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle (ISZSZ) rendszeresen ismertette a nemzetközi szerződéstervezet előkészítő munkáit, lásd: ISZSZ 2001. június, 24. o.; ISZSZ 2002. február, 41. o.; ISZSZ 2002. augusztus, 79-80. o., valamint Munkácsi (2003).

3

Magyarország a 4/1994. (II. 11.) O.GY. határozat alapján fenntartás nélkül csatlakozott az egyezményhez, amelyet az 1998. évi XLIV. törvény hirdetett ki. 2004. március 4-i adatok szerint a Római Egyezménynek 77 tagállama van (forrás: WIPO/OMPI). A hatályos Szjt. szövege összhangban áll az egyezmény rendelkezéseivel.

4

Az Egyezmény 32. cikke értelmében kormányközi bizottság létesül a következő feladatokra: a. az Egyezmény alkalmazásával és működésével kapcsolatos kérdések tanulmányozása; valamint b. javaslatok gyűjtése és dokumentáció előkészítése az Egyezmény esetleges felülvizsgálatához. A Bizottság a szerződő államok képviselőiből áll, akiket méltányos földrajzi megoszlás figyelembevételével választanak. A tagok száma hat, ha a szerződő államok száma nem haladja meg a tizenkettőt; kilenc, ha a szerződő államok száma tizenháromtól tizennyolcig terjed; és tizenkettő, ha a szerződő államok száma meghaladja a tizennyolcat. Az Eljárási Szabályzat főszabályként rögzíti, hogy a bizottságot minden páratlan évben kell összehívni.

5

Magyarország a 72/1994. (XII. 27.) O.GY. határozat alapján csatlakozott az egyezményhez, amelyet az 1998. évi IX. törvény hirdetett ki.

6

ILO/UNESCO/WIPO/ICR/17/6

7

A két ülés között eltelt idő óta csak Ausztrália, Barbados és Norvégia kormánya juttatott el írásos észrevételeket, amelyek szerint egyetértenek a tanulmányban foglaltakkal (lásd ILO/UNESCO/WIPO/ICR./18/6).

8

Az adatbázisok nemzetközi védelméről szóló harmadik szerződéstervezet megtárgyalását elnapolták. A téma az Állandó Bizottság ülésein jelenleg is napirenden van. A két WIPO szerződés hazai kihirdetése idén várható.

9

2000 decemberében diplomáciai értekezletet rendeztek az audiovizuális előadóművészi teljesítmények védelmét szabályozó nemzetközi szerződés létrehozása céljából, amelyre akkor a jogátruházás kérdésében kialakult konszenzus hiánya miatt nem került sor. Magyar nyelven részletesen lásd Munkácsi (2001: 89).

10

A Médiakutató jelen számát 2004 áprilisában, a hivatkozott dokumentum (SCCR/11/3) közzétételét követően zártuk le, így annak részletes elemzésére e tanulmány keretében már nem volt mód – a szerk.

11

United States Patent and Trade Mark Office - <http://www.uspto.gov/>

12

United States Copyright Office - <http://www.copyright.gov/>

13

Az egyes iparjogvédelmi és szerzői jogi törvények módosításáról szóló 2003. évi CII. törvény 71. §-a – 2004. május 1-jei hatállyal – átültette hazai jogunkba az Európai Parlament és a Tanács az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló 2001/29/EK irányelve („INFOSOC” irányelv) 3. cikke 2. d. pontját, amely a rádió- és televízió-szervezetek számára is kizárólagos jogot ad a nyilvánosság számára „lehívásra” való hozzáférhetővé tételt illetően. Hasonló rendelkezést tartalmaz az egységes szerkezetbe foglalt szerződéstervezet 12. cikke is.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

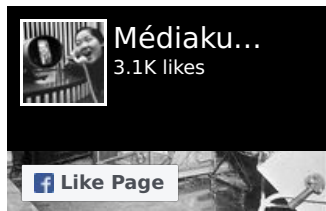
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2004 nyár

### Térkép

[Thor Woje](#):

## Etikai önszabályozás a norvég sajtóban

**2004. április 1-én a Fritt Ord (Szabad Szólásért Alapítvány) „Újságírói önszabályozás és etika” címmel konferenciát rendezett az Oslói Egyetem Média és Kommunikáció Tanszékén. Az alábbiakban az egyik, ott elhangzott előadás szövegét közöljük, amely a norvég sajtóetikai bizottság működését ismerteti.**

Először is szeretnék köszönetet mondani azért, hogy meghívtak erre a konferenciára. A nevem Thor Woje, a *Romerikes Blad* című napilap főszerkesztője és a Norvég Sajtó-panaszbizottság elnöke vagyok. Arra kértek fel, hogy ismertessem a bizottság működését, azt, hogy miként kezeljük az etikai kérdéseket és a médiával szembeni panaszokat, és hogy röviden számoljak be eddigi tapasztalatainkról.

A Norvég Sajtó-panaszbizottság teljes mértékben önszabályozó testület. Történetét 1928-ig vezeti vissza. A rendszert mai formájában 1936-ban hozták létre; ekkor bocsátottak ki először etikai kódexet. A norvég hatóságok nem befolyásolhatják sem a bizottság működését, sem az etikai kódexet, sem azt, hogy miként kezeljük a panaszokat.

A bizottság valamennyi tagját a Norvég Újságírók Szövetsége nevezi ki. Ez olyan „ernyőszervezet”, amelyet különböző médiatársaságok és a médiamunkások – újságírók, szerkesztők és tulajdonosok – hoztak létre azért, hogy felügyeljék a norvégiai sajtó etikai és szakmai színvonalát. A szervezet a *Pressens Faglige Utvalg*, a Norvég Sajtó-panaszbizottság titkári hivatalaként is szolgál.

A bizottság kezdetben csak a nyomtatott sajtó, elsősorban az újságok elleni panaszokkal foglalkozott. A rádióval és a televízióval kapcsolatos panaszokat még a kormány által kinevezett Rádiós és Televíziós Panaszbizottság bírálta el. 1998 óta azonban valamennyi médiummal kapcsolatos panasszal a független Norvég Sajtó-panaszbizottság foglalkozik, beleértve az on-line publikációkat is. Az etikai kódex minden újságíró számára egy és ugyanaz, függetlenül a közlés platformjától. Norvégiában minden médiamunkást ugyanazon etikai normák alapján bírálják el.

Hangsúlyoznom kell, hogy a bizottság szigorúan elkülöníti a jog és az etika kérdéseit. Ugyanakkor az is nyilvánvaló, hogy számos olvasó és néző számára a bizottsághoz benyújtott panasz a jogi eljárás helyett választott alternatíva. Ez ugyanis a panaszok elbírálásának igen gyors módját jelenti: az elbírálás öt-hét hét alatt, néha még gyorsabban megtörténik. Fizetni sem kell érte, hacsak a panasztevő nem ügyvéd útján kívánja intézni az ügyet. Ezt azonban senkinek nem kötelező megtenni.

A bizottságnak hét tagja van. Két embert delegál a szerkesztők szövetsége, kettőt az újságírók szövetsége, hárman pedig a nagyközönséget képviselik. Köztisztviselőként álló és közismert személyiségekről van szó, akik egyenrangú felekként tárgyalnak a szerkesztőkkel. Általában a „másik” oldalról is ismerik a sajtót. A testület önszabályozó jellegét hangsúlyozandó, a bizottságban többségben vannak a sajtó képviselői, és az elnököt is a médiával foglalkozó szakemberek közül választják ki.

A bizottság július kivételével havonta egyszer ülésezik. Évente egy vagy két alkalommal olyan intézményekben tartunk kihelyezett ülést, ahol újságíró-oktatás folyik, így az ülés az etikai képzés részévé válik.

Bárki fordulhat panasszal a bizottsághoz. Ha azonban a panasztevő nem közvetlenül érintett egy újságcikkben vagy egy műsorban, úgy az érintett fél beleegyezését kell kérnie. A panaszbizottság minden, a nagyközönséget érintő közléssel foglalkozhat. A szerzőnek nem kell az újságíró-szövetség tagjának lennie.

A panaszok beküldésének határideje a közlés napjától számított három hónap. Néhány esetben, különleges körülmények között a határidő lejártá után is elfogadjuk a panaszt. Ilyen esetnek számít például az, ha a panasztevő betegség miatt nem tudta elolvasni a szóban forgó cikket, vagy külföldön tartózkodott.

A Norvég Újságírók Szövetsége általános titkárságának önállóan is jogában áll panaszt emelni. Ez minden évben megtörténik néhányszor, olyan általános elvi érvényű esetekben, amelyek nyilvános vitát robbanthatnak ki.

A bizottság elsősorban az etikai kódex alapján bírálja el a panaszokat. Ezt a szabályzatot különböző sajtószervezetek hozták létre, és a nyomtatott sajtóra, a televízióra, a rádióra és az internetre egyaránt vonatkozik. Megjelenése óta nyolcszor írták át, legutoljára 2001 decemberében. 1998-ban a szerkesztőségi cikk formájában megjelenő hirdetésekre és a szponzorációra vonatkozó szabályokkal egészítették ki. Az etikai kódex meghatározza a sajtó társadalmi szerepét, és hangsúlyozza a sajtó integritásának és felelősségének szükségességét. Részletesen foglalkozik az újságírói magatartással, a sajtónak a forrásokhoz való viszonyával, beleértve a források védelmét és ellenőrzésük szükségességét is. Kiemeli, hogy a sajtónak ismertetnie kell a feltételeket a forrásokkal és az interjúalanyokkal, különös tekintettel azokra, akik esetleg nincsenek teljes mértékben tisztában állításuk hatásával. A kódex részletes instrukciókat nyújt az olyan esetekre is, amelyekben a sajtónak különösen figyelnie kell arra, amit közöl.

Az utolsó módosítás során keletkezett új paragrafusok külön foglalkoznak a gyerekek jogaival, az újságírók viselkedésével és módszereivel, az interneten közölt kereskedelmi tartalom és a szerkesztői anyag elkülönítésével, valamint azzal, hogy miként kell etikusan eljárni a digitális chatelés és beszélgetés során, hiszen ezek szövege nincs előre megszerkesztve.

Az etikai kódexet a bizottság számos elvi érvényű határozata egészíti ki. Ilyenek például a reklámra vonatkozó etikai elvárások vagy az a történelmi dokumentum, amely a szerkesztők jogaira és feladataira vonatkozik, valamint az olyan helyi etikai szabályzatok, amelyeket az etikai kódex kiegészítéseként írtak.

Mi történik, ha egy sajtóorgánum megsérti az etikai kódexet? A Sajtó-panaszbizottság állásfoglalását a normasértő orgánumnak azonnal és teljes terjedelemben közölnie kell, szembetűnő helyen. A bizottság logójának az állásfoglalás alatt kell szerepelnie. A rádió és a televízió esetében a szabály az, hogy az állásfoglalást főműsoridőben kell nyilvánosságra hozni. Ebben az esetben az állásfoglalás rövidítve, a média jellegéhez igazítva jelenik meg. Ha valaki nem a megfelelő formában közli a bizottság állásfoglalását, másodszor is megsérti a szabályzatot. Néhányszor erre is volt példa.

A bizottság nem szab ki díjat a panaszok elbírálásáért, és nincsen egyéb büntetőintézkedés, mint a közléssel kapcsolatos állásfoglalás. Ugyanakkor a Norvég Újságírók Szövetségének valamennyi tagja elfogadta a szabályzatot azáltal, hogy valamely újságíró-szervezet tagja lett, és egyetlen olyan esetet sem jegyeztek fel, amikor valaki visszautasította volna az állásfoglalás publikálását. A bizottság állásfoglalásai jó ideje az interneten is hozzáférhetők.

A sajtó elleni panasztevés lehetősége viszonylag közismert tény Norvégiában. Ez főleg annak köszönhető, hogy számos napilap naponta ír a bizottság létezéséről. Ennek, valamint a rádió és a televízió elleni panaszok kezelésének eredményességét jelzi, hogy az utóbbi években mind több panasz merült fel. 1998 óta körülbelül 200 panaszt bíráltunk el. Tavaly csökkent a panaszok száma. Azt hiszem, ez a véletlen műve, és nem egy új tendencia jele.

#### Statisztikai adatok

	2003	(2002)	(2001)
Beérkezett panaszok	183	(207)	(216)
Elbírált panaszok	179	(188)	(216)
Állásfoglalások	113	(123)	(134)
A kódex megsértésének esetei	55	(41)	(48)
Kritikák	7	(10)	(7)
Szabálysértés nélküli esetek	51	(72)	(79)
Egyszerű eljárás	29	(21)	(31)

2004. IV. 01., Thor Woje

A statisztikák a bizottság kritikus hozzáállásáról tanúskodnak. A leggyakrabban a 4.14-es paragrafust sértik meg. Eszerint „amennyiben lehetséges, azoknak, akiket valamivel megvádolnak, lehetőséget kell biztosítani arra, hogy a tényszerű állításokra azok megjelenésével egy időben válaszoljanak”. Egy másik, gyakran megsértett szabály a 4.4-es paragrafus, amely szerint „ügyelni kell arra, hogy a főcím, a bevezetés és a *lead* ne állítson többet annál, mint ami a szövegben szerepel”. Tavaly több alkalommal is megállapítottuk annak az új szabálynak a megsértését is, amely a gyerekek védelmét írja elő (ez a 4.8-as paragrafus).

Hol tartunk ma a tapasztalatok szerint?

A politikusok időről időre felvetik, hogy szükség van a kormányzat beavatkozására, azaz arra, hogy törvény szabályozza a médiaetikai kérdéseket. E reakciók konkrét esetekhez, médiabeszámolókhöz kapcsolódtak. Ilyen felvetésre azonban már elég hosszú ideje nem volt példa, a politikusok hallgatnak. Ennek az az egyik legfőbb oka, hogy jól működő rendszert hoztunk létre. Valamennyi médium elfogadja és követi az etikai kódexet.

A bizottságot a média és a nagyközönség egyaránt elfogadja, ami kiváltotta a politikusok tiszteletét is. Erről tanúskodott az is, hogy felszámolták a Rádiós és Televíziós Panaszbizottságot. A kormány ekkor nem követelte olyan új rendszer létrehozását, amely sajtóombudsmanra és egy kormány által felügyelt testületre épülne. Ehelyett a független önszabályozási rendszer támogatása mellett döntött, és a Sajtó-panaszbizottságra bízta a televízió és a rádió elleni panaszok elbírálását is.

A bizottság elfogadottságában véleményem szerint szerepet játszik a Norvég Újságírók szövetsége főtítkáranak, Per Edgar Kokkvold úrnak a tevékenysége is. Ő gyakran szerepel a médiában az etikai kérdésekről folytatott vitákban, bírálja az újságírók magatartását, valamint azokat az újságcikkeket és műsorokat, amelyek szerinte megsértik az elvárható etikai normákat. Kijelentéseit a bizottság működésétől függetlenül kell megtennie, és szerintem ezt megfelelő módon teszi.

Nézetem szerint a bizottság elfogadottságát az is elősegíti, hogy maga a norvég sajtó is egyre gyakrabban és egyre kritikusabban szól saját szerepéről. Az önkritika a komolyságot és az integritást szolgálja, ugyanakkor előfeltétele annak is, hogy a sajtó a jövőben is képes legyen kritikusan viszonyulni a társadalomhoz.

Az utóbbi években gyakoribbá váló panaszok ellenére, azt hiszem, joggal állíthatjuk, hogy a norvég sajtó etikai normái általában megfelelőek. Természetesen még sokat kell dolgoznunk egy még jobb sajtó létrehozásán. Magától értetődő módon az a célunk, hogy még ritkábban sértsék meg a szakmai normákat, és ezért még tennünk kell. De van egy hatékony és jól működő önszabályozó rendszerünk – tulajdonképpen Európában ez az egyik legjobban működő ilyen rendszer. És mindaddig, amíg elismerés övezi a működését, sem a politikusoknak, sem másoknak nem kell egy jobb rendszer megteremtését sürgetniük.

Végül is a sajtó maga dönti el, hogy meddig tart ki ez a helyzet. A sajtónak magának kell felelősnek és hitelesnek lennie ahhoz, hogy megteremtse az önszabályozás feltételeit.

Köszönöm a figyelmüket!

*Angolból fordította: Papp Vera*



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

Partnereink

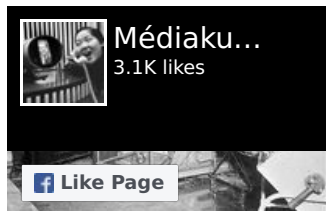
[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)