

## Tartalom

### Pornó

- Gradvohl Edina :  
[Phrüné keblei](#)7-20 [61.47 kB - HTML]
- Szigeti Péter :  
[Benne lettek a tévében. A pornó kanonizálása a kereskedelmi médiában](#)21-29 [69.95 kB - HTML]
- Bayer Judit :  
[Internetkorlátozás a kereskedelmi szféra eszközeivel: szűrők és felbukkanó ablakok. A gyermekekre káros internettartalom egyes kérdései](#)31-42 [67.27 kB - HTML]

### Új média

- Dormán Emese :  
[Társkeresés az interneten. Létezik-e virtuális szerelem?](#)45-66 [98.77 kB - HTML]
- Bodoky Tamás :  
[A hírportál mint tömegmédiium](#)67-82 [82.06 kB - HTML]

### Jog

- Fleck Zoltán :  
[A szólás szabadsága és a személyiség védelme a polgári jogi bírói gyakorlatban](#)85-96 [68.88 kB - HTML]

### Piac

- Lakatos Zoltán :  
[A hanghordozó-piaci kereslet szerkezete és a zeneipar kilátásai a digitális technológia korában. Kísérlet a magyarországi hanghordozópiac modellezésére](#)99-128 [109.37 kB - HTML]

### Történelem

- Cieger András :  
[A vizsgálóbizottság és a nyilvánosság. Egy politikai botrány a századfordulós Magyarországon](#)131-147 [102.96 kB - HTML]

### Kritika

- Jenei Ágnes :  
[A televízió. Enrico Menduni: La televisione. Il mondo in ogni casa. Forme e poteri del piccolo schermo nell'era digitale. \[könyvismertetés\]](#)149-154 [32.75 kB - HTML]
-



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

## Médiakutató 2005 nyár

### Pornó

[Gradvohl Edina:](#)

## Phrүнé keblei

A morális pánik jelensége a tárgyi emlékek és az irodalmi források tanúsága szerint az antik görög-római világban tökéletesen ismeretlen volt. Ennek nem az az oka, hogy nem létezett közvélemény, hanem az, hogy a ma erotikus vagy kifejezetlen pornográf tartalmúnak tekintett szövegek és képek az esetek nagy részében más jelentést hordoztak a korabeli befogadók számára. A tanulmány egy mai példa, a Janet Jackson-botrány segítségével mutatja be az antik világ maitól eltérő szokásait.

### 1. Kétszer két kebel

2004-ben az Egyesült Államokban nagy felháborodást váltott ki, amikor egy koncerten Janet Jackson énekesnőről Justin Timberlake letépte felsőruházatát, közszemlére téve ezzel a hölgy egyik mellét. Ezt a tettet a konzervatív amerikai sajtó a világ erkölcsi hanyatlásával és a szexuális forradalom romboló hatásával magyarázta, vagyis a morális pánik viszonyrendszerében értelmezte. Vajon az európai kultúra számára évszázadokon keresztül oly mértékadó antik világban előfordulhatott-e ilyesmi?

Botrányairól ismerték a gyönyörű *hetérát*, Phrүнét, akinek szokása volt Poszeidón ünnepén levetkőzni, és nyilvánosan, sok ember szeme láttára megfürdeni a tengerben. Hüpereidész, a neves szónok számol be arról, hogy Phrүнét egyszer megvádolták istenkáromlással, majd perbe is fogták. Ügyvédje a bírák előtt letépte Phrүнé felsőruházatát, és amikor mellei kivillantak, a bírák megállapították, hogy ilyen szép, kerek, formás és telt keblekben nem lakozhat bűn. A női szépségtől elvakult bírák fel is mentették a *hetérát* (Athenaeus, 1985: 590e). Janet Jackson és Phrүнé esete nagyon hasonlít egymásra, azzal a különbséggel, hogy az athéniak felmentették, az amerikaiak viszont – legalábbis erkölcsileg – elítélték a keblét felfedő asszonyt. Pedig mindketten haszonszerzésre fordították szépségük közszemlére tételét. Phrүнé a bíróságot akarta vele befolyásolni, Jackson pedig lemezei vásárlóközönségét. Mi okozta mégis a látványos különbséget a két eset korabeli megítélésében? Az amerikai tévénezők ennyivel erkölcsösebbek lennének, mint az ókori athéniak? Phrүнé, a hetéra büntetlenségét azzal lehetne magyarázni (a bírák szempontjait mérlegelve), hogy az erotika, a szexualitás nyilvános vállalása – legalábbis bizonyos személyek, társadalmi rétegek számára – nem volt szégyenteljes ebben az időszakban. Hiszen mindkettő jelen volt a mindennapi életben, gondoljunk csak a költészetre, az irodalomra, a művészeti ábrázolásokra, a filozófiára vagy a vallási kultuszokra. Jackson esetében azonban működésbe lépett a mai amerikai társadalom (vagy legalábbis a konzervatív amerikai sajtó) egyik jellemző reakciója: a morális pánik.

### 2. A morális pánik és a társadalmi nyilvánosság

A morális pánik elméletének kutatói közül néhányan a 15–17. századi boszorkányüldözésekig vezetnek vissza a jelenséget, és úgy vélik, hogy kialakulásának nem előfeltétele a tömegmédiá megjelenése, hiszen a röpiratok, a prédikációk és a pletyka csatornáin is lehetséges a hiedelmek és a félelmek körforgása. Mások azt állítják, hogy a morális pánik előfeltétele a közvélemény, amelyről nem beszélhetünk a sajtó megjelenéséig (Kitzinger, 2000: 30, részletesebben lásd Császi, 2002).

Jellemző, hogy az ókort vagy egyáltalán nem, vagy csak nagyon felületesen vonják be a vizsgálatokba, eleve feltételezve, hogy a preindusztriális társadalmakban – így a klasszikus antikvitásban – nem is létezhetek a közvélemény csatornái, így a morális pánik sem. Nyilvánvaló, hogy akik ezt állítják, nem olvasnak antik szerzőket, és megfélemlenek Cicero felkiáltásáról a Catilina elleni első beszédben: *O tempora, o mores!* (Ó idők, ó erkölcsök – ahol persze a *mos* „erkölcs”-ként való fordításával óhatatlanul csak töredékesen tudjuk visszaadni annak jóval gazdagabb eredeti tartalmát). No, de azt azért illik tudni, hogy a korábbi, még latinus műveltségű nemzedékek éppen ezzel az idézettel szálltak harcba a „káros” új jelenségek ellen, talán nem egészen véletlenül. A nyilvánosság görög modelljére mindenesetre – még ha igen röviden is – Habermas is pozitív mintaként hivatkozik (Habermas, 1971: 13). Az athéni demokrácia közvetlen, nem pedig választott demokrácia volt, vagyis mindenki személyesen vehetett részt a népgyűlésen, ha befért a Pnүx domb oldalán kialakított nézőtérre. A mintegy 20 000 polgár közül ugyan csak 6000 tartózkodhatott ott egyszerre (az összes polgár mintegy egyharmada), de a modern társadalmakban is meghatározónak tekinthetjük azt a közvéleményt, amely a lakosság közel egyharmadát

reprezentálja! A görög poliszok méretüket és polgáraik számát tekintve egy nagyobb falunak feleltek meg, és tudjuk jól, hogy a falu a mai napig olyan közeg, ahol mindenki ismeri egymást, és ahol a közösség nagyon is markánsan fejezi ki az egyénekről és a közösség egészéről a véleményét. Tévedés tehát azt állítani, hogy az athéni népgyűlés nem fejezhetett ki – nyomtatott sajtó híján – nyomásgyakorlásra alkalmas közvéleményt, csak közhangulatot vagy közösségi véleményt (Kitzinger, 2000: 29–30). Vajon mi alkalmasabb a nyomásgyakorlásra, mint az, hogy az adott politikust, véleményével együtt, leszavazzák? Ez könnyen vezethetett pénzbírsághoz, polgárjogtól való megfosztáshoz vagy akár halálbüntetéshez. Mindezt pedig – még egyszer hangsúlyozom – egy olyan intézmény teszi, amelynek ülésén közvetlenül vesz részt a polgárok harmada. Így az ókori morál megítélésében is fontos szerepet játszik az a tény, hogy a népgyűlés bármiről hozhatott (és hozott is) törvényt, így az erkölcsökről, a prostitúció szabályozásáról és egyáltalán a férfiak és nők legszélesebben vett viszonyrendszeréről. Ha tehát eltérést látunk az ókori és a modern gyakorlat között, annak nem az lehet az oka, hogy akkor még nem létezett közvélemény, hanem az, hogy az antik közvélemény mást tartott kívánatosnak és elítélendőnek, mint a mai.

### 3. Filozófiai alapok

Amikor Platón a *Lakoma* című írásában arra a kérdésre keresett választ, hogy mi a szerelem, a komédiaköltő Arisztophanész azt válaszolta: nem más, mint az ember törekvése arra, hogy megtalálja elveszített másik felét. A tréfás mítosz szerint korábban négykezű, négy lábú, kétfejű gömbemberek népesítették be a földet. Voltak közöttük férfiak, nők és hímnős *hermafroditák* is. Nagy erejükben bízva ujjat húztak még az istenekkel is, ezért Zeusz büntetésből kettévágta őket. Így alakultak ki a mai egyfejű, kétkezű és két lábú férfiak és nők. Ezek a félemberek boldogtalannak érezték magukat, amíg meg nem találták elvesztett korábbi társukat. Az egykor két férfirészből összetett, megfelelőzett gömbemberek férfi, a két női részből állók pedig női párjukat keresik, és csak a volt hímnős lények keresik a másik nem társaságát. A heteroszexualitás eszerint nem különb, de nem is elítélendőbb, mint a homoszexualitás vagy a leszbikus kapcsolatok. Minden ember szerelme egyenlő, ha az valódi szerelem (amit az égi Aphrodité testesít meg), és alacsonyabb rendű, ha csak testi vágyból áll (közönséges Aphrodité). Platón mindebből azt a következtetést vonja le, hogy az ideális hadsereg csupa homoszexuális párból állna, hiszen a szeretők egymás előtt szégyellnének megfutamodni, inkább hősiességükkel akarnának párjuknak imponálni. Ez a hadsereg szinte legyőzhetetlen lenne.

Ennél azonban jóval meredekebb elméletek is léteztek. Gondoljunk csak Diogenészre, a híres cinikus filozófusra, Nagy Sándor kortársára, aki történetfilozófiai érvelésére példát hozva a piactéren nyilvánosan maszturbált. Elméletének lényege ugyanis, hogy természeti szükségleteinket azonnal és nyíltan kell kielégíteni, vagy pedig le kell mondani róluk, különben függeni fogunk tőlük, és örültségeket követünk el. A nyilvános önkielégítést olyannyira nem tartotta szégyennek, hogy szerinte, ha a trójai Parisz a Helené iránt érzett szexuális vágyát maszturbálással vezette volna le, akkor ki sem robban a trójai háború. Ez az 1960-as, 1970-es évek hippimozgalmából ismertté vált „szerelmeskedj, ne háborúzz” korai és meglehetősen sajátos megfogalmazása. Az önkielégítés ilyesféle provokatív vállalása a nézőkből nem morális pánikot, hanem őszinte érdeklődést váltott ki: miért teszi ezt? Diogenész válasza (Diogenész Laertiosz, 1994: 69. fejezet): „Bárcsak az éhséget is elűzhetném az üres hasam dörzsölésével!

Ebből is láthatjuk, hogy a görög társadalom erkölcsi határai olykor meglehetősen távol estek a manapság Európában és különösen az Egyesült Államokban megszokottakétól. Természetesen Diogenész viselkedése nem felelt meg minden szempontból a kor erkölcsiségének, és sok mindent bűnnek tartottak abból, amit tett – számúzték is érte. De nem árt felidézni Michel Foucault véleményét, aki szerint az antik világban a szexualitás a társadalmi törvényeknek és hagyománynak rendelődött alá, de nem kapcsolták össze sem az eredendő bűnrel (ilyet nem is ismertek), sem pedig a gonosszal (Foucault, 1999: 251). Erős játékaikat nem tekintették sem az önmagunkkal, sem pedig a másokkal való visszaélésnek. Igaz, erős korlátokat támasztottak a polgári családból származó nőkkel szemben, és a házasságban olyannyira védtek a férj érdekeit, hogy az a felesége csábítóját – tettenérés esetén – büntetlenül megölhette. Ugyanakkor a férfiak számára szabad volt az út a házasságon kívüli (*hetérákkal* folytatott) heteroszexuális, az ifjakkal való homoszexuális vagy inkább pederasztikus kapcsolathoz, így az ókori görög férfiak viszonylag nagy százaléka volt biszexuális. A törvények hatalmát jelezte ugyanakkor, hogy a nősülést elkerülő homoszexuálisokat büntették, de nem homoszexualitásuk miatt, hanem azért, mert nem teljesítették az állam iránti kötelességüket, vagyis nem nemzettek gyermekeket (Dover, 2001: 235–247).

### 4. Költészet

Aki az antik erotikus költészetre kíváncsi, könnyen tájékozódhat a *Hárman az ágyban* címen megjelent antológiából (Csehy, 2000). Ez a gyűjtemény – az eddigiektől eltérően – kísérletet tesz rá, hogy visszaadja a görög és a latin kifejezések eredeti stílusrétegét. A görög *binein* vagy a latin *futuo* nem a „szeretkeznek” vagy a „közösül”, hanem a „baszik” szó formában jelenik meg, ami a magyar olvasónak egy szépen illusztrált, kemény kötésű, klasszikus irodalmi antológiában több mint meglepő. A fordító eljárásán lehet vitatkozni, de azon kevéssé, hogy a görögök és a rómaiak számára ezek az igék mit jelentettek. Nézzünk erre egy-két példát. Ha ma egy nyilvános WC falán olvasunk olyan feliratot, ami az alábbi pompeii szövegre hasonlít, nem lepődünk meg (Maulucci Vivolo, 2002: 63):

*Apelles musicus cum fratre Dextro amabiliter futuimus bis binas.*

Apelles, a zenész bátyjával, Dexterrel kétszer is kedvünkre megbasztuk ugyanazt a két lányt.

Az igaz, hogy Pompeii nem minden lakosát töltötték el ezek a falfirkák lelkesedéssel (Maulucci Vivolo, 2002: 23):

*Admiror te paries non cecidisse  
Qui tot scriptorum taedia sustineas.*

Csodálkozom rajtad, te fal, hogy nem roskadtál még össze  
Ennyi méltatlan iromány terhe alatt.

A példa azonban jól mutatja a *futuo* ige stílusértékét. Ilyesmit magyar irodalmi művekben a legritkább esetben szoktak megtérni (emlékezzünk rá, milyen botrányt okozott bemutatása idején Spiró György *Csirkefej* című drámája hasonló szabadszójúsága miatt). Az egyik leghevesebb vitát a trágárság irodalmi szerepéről Magyarországon 1968-ban folytatták le. Devecseri Gábor, számos pajzán antik mű (például Arisztophanész, Plautus, Catullus írásainak) fordítója nagyon rokonszenvesen amellelt érvelt, hogy a trágár szavaknak is lehet funkciójuk az irodalmi művekben, már csak azért is, hogy ne csámcsogjon az olvasó a különben tiltott szavakon: „Ha nem lesz tiltás, nem lesz csámcsogás” (Devecseri, 1973: 304). Az mindenesetre jellemző, hogy ehhez képest Devecseri éppúgy finomított Arisztophanész vaskosságán, mint korábban Arany János (Bolonyai, 2002: 15). Szepes Erika volt az első, aki a *Lüszisztraté* című komédiát egy az egyben ültette át magyar nyelvre – Devecseri fordításának felhasználásával. A darab arról szól, hogy az athéni Lüszisztraté úgy akar véget vetni a Spárta elleni háborúnak, hogy megállapodik a spártai asszonyokkal: addig nem fekszenek le férjükkel, amíg azok békét nem kötnek. Az egész komédia hemzseg a frivol célzásoktól és a vaskos megjegyzésektől. Nézzük meg, hogyan is fest magyarul az a jelenet, amikor az asszonyok rájönnek: nemcsak a férjek maradnak szex nélkül, hanem ők maguk is (Szepes, 1995: 15).

Lüszisztraté: Kimondom én: miért is titkolnám tovább?  
Halljátok asszonyok, ha férjeinket a  
Békekötésre akarjuk kényszeríteni,  
Le kell, hogy mondjunk...  
Mürrhiné: Mondd, miről?  
Lüszisztraté: De ráálltok-e?  
Mürrhiné: Rá, rá, ha meg kell halni miatta, akkor is.  
Lüszisztraté: Le kell hát mondanunk a faszról, asszonyok.

A komédia közönsége az egész athéni nép volt, a színházba nagyjából tizenhétezeren fértek be. Ha a Krisztus előtt 411-ben, a Borsajtó ünnepén bemutatott darab – vaskossága miatt – elutasításra talált volna, ma bizonyosan nem olvashatnánk, hiszen elfelejtették volna sok száz, mára már csak címéről ismert komédiával együtt. De a közönség pontosan tudta, mit vár el egy komédiától, és Arisztophanész nem azért nyert számos darabjával, mert kevésbé volt szabadszójú, mint a többi szerző, hanem azért, mert darabjai – sikamlós megfogalmazásuk ellenére – nagyon is komoly dolgokról szóltak: ebben az esetben például a háborúról és a békéről. A görög komédiák tehát – különösen Arisztophanész fennmaradt darabjai – hemzsegnek az erotikus, olykor obszcén utalásoktól, de a komoly tragédiaköltőknek is kellett a drámai versenyre egy-egy szatírájátékokat írniuk, márpedig a szatírok kórusát alkotó színészek többnyire derekukra kötözött, hatalmas, merev falloszokkal léptek fel. A színházi előadások így a verbális és a vizuális erotikus impulzusok valóságos tárházát jelentették közönségük számára. A *Lüszisztraté*ban például az Athénba érkező spártai delegáció tagjai, minthogy jó ideje nélkülözniük kellett feleségük gyöngédségét, hatalmas, álló falloszokat viselve léptek a színpadra – ezzel is indokolva heves békevágyukat.

Voltak persze olyan alkotók is, akik témáikban nem lépték át a magánélet kereteit. A költészetben talán az egyik legszabadosabb költőnek a teószói lírikus és epigrammaíró, Szküthinosz (Kr. e. 5–4. század) mondható, aki homoszexuális verseivel vált ismertté az utókor számára. Ebben a versében saját péniszét korholja:

„Most merevedsz, be bitang, s nem kókadsz el, te virágszál?  
Sziklakemény óriás, most meg örökre feszülsz?  
Bezzeg jó múltkor Meneszénosz teste tapadt rád:  
Fölkínált mindent, ámde hiába! Konyán  
Csüngtél. Pattanj szét, merevedj, sírj! Semmi sem ment meg  
attól, hogy bosszús jobb kezemet kikerüld!” <sup>1</sup>

Nemcsak homoszexuális témákban alkottak hasonlót a költők, hanem éppúgy divatosak voltak a lesbikus és a heteroszexuális költemények is. Ha ugyanis a görög világban szerelem vagy testi vágy alakult ki két ember között, akkor nem az számított, hogy ugyanazon nemből valók-e vagy sem, hanem a legfontosabb az volt, hogy a világ megtudja, ki az a két ember, akik között létrejött ez az égető szenvedély. A homoszexualitás és a lesbikus szerelem éppúgy elfogadott volt, mint a férfi-nő szerelem. Fontosnak tartották és egyfajta készítményt is éreztek arra, hogy bemutassák a testiséget, amely századokkal később zavarba ejtette az antik kultúrával foglalkozó tudósokat.

Persze, voltak költők, mint például a római Martialis, akiket a kor – nagyon is megengedő – mércéje szerint is erkölcsstelennek tartottak. Jellemző, hogy a művész hogyan védekezik: az isteni Augustus epigrammáját idézi, és megjegyzi, hogy az uralkodó, mint annyi mindenben, ebben is mintájául szolgált:

„Augustus pajkos versét olvasd, te irigy, ha  
Morcoskods, ha netán egyszerű szóra találsz:  
»Mert Antonius is megbaszta (futuit) az ő Glaphyráját,  
engem büntet ezért Fulvia: baszni akar.  
Egy ágyban vele én? Ha pedig majd Manius egyszer  
Szintén megkíván, majd vele is? Sohasem!  
– Bassz meg, vagy harc lesz! – szól. Vesszek bár, de faszomnak (mentula)  
rosszat nem teszek én. Szóljon a trombitaszó.«  
Augustus, felmented az elmés könyveimet mind,  
Mert te beszélsz igazán, egyszerűen latinul” (XI 20.) <sup>2</sup>

A pajzánkodni kész császár, Augustus azonban nem mért mindenkit ugyanazzal a mércével. Ovidiust, a szerelmes természetű költőt Krisztus után 8-ban élete végéig száműzte, mert egy műve (*carmen*) és egy botlása (*error*) felbőszítette. Az irodalomtörténészek szerint a *carmen A szerelem művészete* lehetett, amely – Augustus versikéjénél lényegesen visszafogottabban – arra oktatja a férfiakat és a nőket, milyen trükkökkel tudják elnyerni legkönnyebben a másik nem vonzalmát.

## 5. A tárgyi kultúra

Az ókori embereket mai szemmel nézve elképesztő mennyiségben vették körül a nyíltan szexuális motívumokat tartalmazó tárgyak és ábrázolások. Nem lehetett úgy végigmenni egy athéni vagy egy pompeji utcán, szentélyen vagy akár temetőn, hogy a járókelők ne ütköztek volna bele egy fallosz vagy egy meztelen nő képébe, a szöveges vagy rajzos falfirkákról vagy a szexuális aktust ábrázoló mécsesekről, tálakról és ivóedényekről nem is beszélve. A szexuális tartalmú tárgyak és képi ábrázolások több csoportra oszthatók. Voltak, amelyek a kultusz és a vallás részét képezték, mások a babona világába tartoztak, míg megint mások a szexuális szolgáltatóipar reklámjának voltak tekinthetők.

### 5.1. Kultusz

Az antik vallás meghatározó istennője volt Aphrodité, akinek olyan mértékben volt kötelező áldozni, hogy aki nem tette meg, azt – Euripidész *Hippolütosz* című tragédiájának tanúsága szerint – a vérig sértett istennő akár szörnyű halállal is büntethette. Természetesen kevesen mertek volna dacolni az istennővel, akinek kedvében járni valójában igen kellemes volt. De félreértenénk a görögöket és a rómaiakat, ha mindebben csak arra tett kísérletet látnánk, hogy vallási kötelességgé avassák emberi vágyaikat. Az ókori társadalmak alapvetően a mezőgazdaságra és az állattenyésztésre épültek, márpedig a paraszti világban a növények és az állatok szaporodása az anyagi gyarapodás vagy olykor egyszerűen a hosszú tél túlélésének záloga volt. A látszólag erotikus kultuszok így a közösség fennmaradásának és virágzásának elősegítésére irányultak. Az athéni *arkhón baszileusz*nak (királyi arkhón), aki egyben főpapi szerepet töltött be, minden évben az Anthesztéria ünnepén (február) Dionüszosz isten szerepét játszva rituálisan egyesülnie kellett saját feleségével a Bukoleionnak nevezett épületben. Dionüszosz, a bor és a színház istenének kultusza ezer szállal kötődött a termékenységhez és a szexualitáshoz. Az Athén által alapított gyarmatvárosoknak kötelességük volt többek között évente egy-egy hatalmas falloszt küldeniük a Dionüszia ünnepi felvonulására. Dionüszosz déloszi szentélyének bejáratát két hatalmas, márványból faragott fallosz jelezte. A Dionüszosz tiszteletére rendezett bacchanáliák megjelenése a korábban ilyesmihez nem szokott rómaiak között olyan botrányt okozott, hogy a szenátus Krisztus előtt 186-ban betiltotta a „szertartásokat”. Az ugyancsak termékenységet fokozó athéni Thesmophorián csak törvényes házasságból származó, feddhetetlen hajadonok vehettek részt. Az ünnep során a gabona istennője, Démétér számára fel kellett hozniuk egy szent szakadékból a hónapokkal korábban oda bedobott malacok maradványait, és a velük együtt lehajított, kenyértésztából készült falloszokat. A Haloa ünnepén, amelyet Démétér és Dionüszosz, vagyis két termékenységiten tiszteletére rendeztek, csak asszonyok léphettek be az eleusziszi szentélybe, ahol először pajzán szavakat mondogattak egymásnak, utána férfi és női nemi szervek szobrocskáit kezükben tartva szégyenletes és szemérmetlen szavakat kiabáltak, miközben bőven fogyasztottak az előkészített borból (Hegyi, 2003: 75).

Minden utcasarkon és útkereszteződésnél láthatók voltak Hermész isten mellszobrai, a hermák. E mellszobrok jellegzetességét az adta, hogy nagyjából egyméteres kőtalapzaton álltak, amelyre hatalmas, merev falloszt véstek. Bizonyos ünnepnapokon az asszonyok feladata volt – saját és városuk termékenységét elősegítendő – e hímtagokat megkoszorúzni és olajjal megkenni. A fiatalok szerelmi problémáikkal ugyancsak a hermákhoz fordultak. A termékenység lampszakoszi eredetű, de az egész római birodalomban elterjedt görög istensége volt Priaposz, akit fügefából, később pedig kőből készült szobrai kizárólag hatalmas méretű, meredező fallosszal ábrázoltak. A kertekben a gyümölcsösök termékenységét volt hivatva elősegíteni, védett a gyümölcslopás ellen, de számos eldugott szentélye volt az erdőben, a ligetekben is. Bajelhárító szerepet is tulajdonítottak neki, de alapvetően azok az asszonyok fordultak hozzá, akiknek nem sikerült teherbe esniük. Vagyis a pornografikus istenkép elé tisztes családanyák járultak legnyomasztóbb gondjukkal. Priaposz alakja egy önálló költői műfaj, a priaposzi énekek (*Carmina Priapea*) kialakulásához is segítséget nyújtott. A fennmaradt latin nyelvű költemények gyűjteménye az ókor legobscénabb szövegeit tartalmazza (Fehér, 2000).



#### 1. ábra: Priaposz

Rómában Magna Mater kultusza tiszteletére obszcén színelőadásokat tartottak, amelyekről Augustinus így emlékezik meg (*Isten városáról* 2, 4):

„A hitvány színészek olyanokat énekeltek, amelyeket szerintem nem az istenek anyjának, hanem bármelyik senator vagy bármelyik becsületes férfi anyjának, sőt még a színészek anyjának sem volna szabad meghallgatni. Ennélfogva ocsmány szavaik és cselekedeteik gyalázatosságáért maguk a színészek is szégyellnék otthon, gyakorlás végett saját anyjuk előtt eljátszani azt, amit nyilvánosan eljátszanak.”

Ezek persze egy keresztény egyházatya dörgedelmei egy pogány kultuszról, de könnyen el tudjuk képzelni, milyen jelenetek váltották ki ezt az erkölcsi felháborodást. A pogány nézők részéről azonban a színészek ilyesmit nem tapasztaltak, hiszen azok tudták, mindez a kultusz ősi szokásokkal szentesített, elválaszthatatlan része.

### 5.2. Babona

A fallosz- és a vaginaábrázolásnak az ókori görög világban igen nagy jelentőséget tulajdonítottak. Számos ház fala



és küszöbe örökített meg ilyen motívumokat. A két nemi szerv közül a fallosz az erőt, a férfiasságot jelképezte. Ha egy ház falán két lábon járó vagy szárnyakkal díszített falloszt látunk, akkor biztosak lehetünk benne, hogy a házban lakókkal nem volt tanácsos kikezdeni, mert tulajdonukat és személyüket varázserő védelmezte mindenfajta rontástól. Az ilyen ábrázolások gyakran szerepeltek küszöbökön, hogy megakadályozzák a gonosz behatolását. Egy hadrumetumi küszöbmozaik két vagina között egy spriccelő hímtagot ábrázolt, egy pompeji agyag dombormű egy ház bejárata mellett egy vaginával, egy phallosszal és Héraklész bunkójával ijesztette el a gonoszt. Ez utóbbi nyilvánvalóan elrettentő lehetett a gonoszok számára, hiszen az istenné vált hős nem kevesebb, mint tizenkét szörnyet csapott agyon a hatalmas doronggal.



## 2. ábra: Hadrumetumi küszöbmozaik

Előfordult, hogy nemcsak házfalat vagy küszöböt ékesítettek phallosszal, hanem középületet is. Ennek egyik legszebb példája a Pont du Gard vízvezetéke Franciaországban. Mivel a víz a lakosság számára létfontosságú volt, nem csoda, ha minden eszközzel a védelmére keltek. A vízvezeték egyik oldalára a rómaiak egy hatalmas falloszt faragtak. A középkorban, amikor az emberek ezt meglátták, nem akartak hinni a szemüknek, és addig-addig nézegették a hatalmas falloszt, mígnem elkezdtek „mást” látni benne. Végül is megállapodtak abban, hogy ez nem is lehet fallosz, hiszen miért ékesítettek volna a rómaiak egy középületet (ami még akkor is hídként szolgált) ilyen erkölcstelen, szemérmetlen dologgal? Megegyeztek tehát abban, hogy ez nem lehet más, mint egy hatalmas nyúl. Feltehetnénk a kérdést, hogy miért éppen nyúl? Meglehetősen egyszerű választ találtak. Létezett ugyanis egy mese, ami megoldást jelentett számukra, és megszabadította őket az erkölcstelennek vélt értelmezéstől. A középkori mese szerint ez a híd építése során többször összedőlt, mint Déva vára, és az embereknek mindig újra kellett építeniük. Egy nap megjelent az ördög, aki – látva az emberek elkeseredettségét – felajánlotta, hogy egyetlen éjszaka felépíti hídjukat, ha az első áthaladó lény lelkét elviheti magával. A kétségbeesett, elcsigázott emberek természetesen beleegyeztek az alkuba. Abból soha nem sült ki jó, ha az ember az ördöggel cimborál, ugyanis amikor a híd elkészült, senki sem volt hajlandó átsétálni rajta. A két végén toporogtak az emberek, mondván, kinek van kedve az ördöggel a pokolra kerülni. Míg az emberek egy része a híd mellett álldogált, és azon töprengett, hogy miként lehetne ebből a kilátástalannak tűnő helyzetből kikerülni, mások az erdőben vadásztak. A vadászat során a felhajtott állatok menekülni kezdtek a fák közül, s egy fürge nyúl a híd felé rohant. Az emberek félreálltak a gyorsan szaladó nyúl útjából, aki a hidra felérve rögvést az ördög prédájává vált. Tulajdonképpen mindenki jól járt, az embereknek többé nem dőlt össze a hídjuk, az ördög pedig megkaparintott egy ártatlan lelket. Ha belegondolunk, annyit elértek, hogy a középkori franciák lelke megnyugodott.

Az ókori sírokból százával kerültek elő falloszamulettek. Különösen a gyerekek, a betegek és a valamilyen oknál fogva gyengének, a rontás számára könnyű prédának tartott emberek nyakába akasztották ezeket a többnyire bronzból készített apró hímvesszőket. Előfordult az is, hogy az amulettet arra a testrészezt kötötték rá, amelyet a betegség fenyegetett, például a lábra, a karra, a hasra. Olykor féldrágaközből készített gemmákra vészték a bajelhárító ábrázolást, amelyet mágikus varázsigékkel tettek még hatásosabbá. A legkülönösebb falloszamuletteket Germaniában, a határvédő *limes* térségében találták meg (Dierichs, 1997: 110). A bronzfalloszokat egy ló szerszámzatára erősítették föl. Minthogy a katona számára a lova életmentő lehetett egy csatában, nem csoda, hogy megpróbálta megóvni minden rontástól. A versenylovak számára is ajánlatos volt a rontás elleni védekezés, ugyanis több olyan mágikus ólomtáblát találtak, amelyek vagy egy lovast, vagy egy hajtót a lovaival, sőt egy esetben egy teljes sportklubot átkoztak el. Nem csoda: a sportfogadáson már akkor is vagyontokat lehetett nyerni vagy elveszíteni.



## 3. ábra: Fallikus amulettek Tarragonából

A rontás ellen hangokat, például csilingelést is bevetettek. Az ajtó nyitására megszólaló kis, felaggatott csengők, úgynevezett *tintinnabulumok* egyszersmind azt is jelezték, ha valaki belépett az üzletbe vagy a szobába. Kifejezetten a gonosz ellen óvtak azonban azok a csengettyűk, amelyek egy jókora bronzfalloszon függték, sőt előfordult, hogy a nagy fallosznak is volt egy vagy több kisebb hímtagja. Egyszóval az ilyesféle *tintinnabulum* csak abban az esetben utalt az üzletben kapható szolgáltatásra, ha történetesen egy nyilvánosház ajtaján lógott. Ellenkező esetben nem tulajdonítottak neki semmiféle erotikus jelentést.



## 4. ábra: Tintinnabulum

Ugyancsak mellőztek minden szexuális utalást azok a fogadalmi felajánlások, amelyekkel tele volt minden szentély, különösen a gyógyító isteneké. Ma is láthatunk kis márványtáblákat templomokban, amelyeket csodás gyógyulásukért helyeztek ott el Szűz Mária vagy egyes szentek számára. Az antik szentélyekben azonban azoknak a testrészeknek az agyagmodelljeit ajánlották fel, amelyeket az isten meggyógyított. Találhatunk közöttük apró szemet, fület, kezet, lábat, de anyaméhet, sőt falloszokat is. Ezek minden kétséget kizáróan semmiféle morális sokkot nem okoztak a templomba látogató hívőknek.

### 5.3. Szexuális szolgáltatás

Az antik irodalom és a tárgyi források bőséges tárházát jelentik a korabeli szexuális szolgáltatások ábrázolásának. Ez különösen akkor feltűnő, ha figyelembe vesszük, milyen szűrőt jelentett a középkori kódexmásolók sexualitást mereven elutasító erkölcsi felfogása. Az ásatások leletei közvetlen formában ismertették meg velünk azokat az

ábrázolásokat, amelyek az ókori járókelőket a hétköznapi életben lépten-nyomon a szexualitásra és a prostitúcióra figyelmeztették. Ezért indokolt röviden kitérni a szexuális szolgáltatások világára is.

Aphrodité korinthuszi szentélyében naponta hatszáz *hierodulé* (szent rabszolganő) fogadta a felajzott vendégeket, akik némi fogadalmi felajánlás (vagyis pénz) segítségével így összekötötték „vallásos” áldozatukat és szexuális feszültségeik levezetését. A mindössze 15 000 lakosú Pompejiben nem kevesebb, mint 40 kisebb-nagyobb nyilvánosházra bukkantak a régészek, és úgy tűnik, az arányok Rómában sem voltak jobbak, egyes kikötővárosokban pedig, ahol a matrózok hosszú tengeri utazás után értek partot, még sűrűbben helyezkedhettek el. Ezek a helyek valódi szórakoztatóközpontokként működtek. Így aztán természetesen szükségük volt reklámra is. A házak falait – a már említett repülő, szárnyas, két lábon járó falloszokon kívül – stukkóból mintázott vagy terrakottából égetett cégecérek díszítették, amelyek azt sugallták, hogy milyen üzlettel foglalkoznak a házban lakók. A cégecéren néhány esetben egy-két szó is található, amely a kép (fallosz) alapján sejthető jelentésnek szöveges kifejtését adja (inv. Mus. Napoli 27741):

„*Hic habitat felicitas*”

„Itt lakik a boldogság”



### 5. ábra: A fallosz mint reklám

A feltárt pompeji nyilvánosházak belseje hemzsegett a különféle szexuális eszközöktől és falfestményektől. Az utóbbiak a szeretkezés különféle pozícióit ábrázolták. Az ilyesféle képes segédeszközöknek komoly irodalma virágzott a görög-római világban. Tudjuk jól, hogy Tiberius császár sohasem feküdt ágyba éppen aktuális szeretőjével az egykori *hetéra*, Elephantis szakkönyve, a *Figurae Veneris* (Venus testhelyzetei) nélkül (Magyar, 2003: 4–5). Természetesen nemcsak a falfestmények jelenítették meg ezt a témát, hanem a bordélyházban használatos tárgyakat, mint például a mécseseket, a vázakat, az ivóedényeket is így díszítették. A használati tárgyak és a falfestmények elsődleges célja a nyilvánosházba betérő kliens vágyának fokozása volt, illetve a vágyott pozitúrák megválasztásában nyújtottak segítséget. A pompeji és a herculaneumi ásatások során előkerült leletek egy részét a helyszínen felállított múzeumban, más részét viszont Nápolyban, a Nemzeti Régészeti Múzeum egy igen elszigetelt termében, a „titkos teremben” (*Gabinetto segreto*) őrzik. Ide belépve a bal oldalon rögtön egy körülbelül egyméteres, égnek meredő fallosz fogadja a látogatókat, amelyen egy néhány soros szöveg olvasható. Ebből kitűnik, hogy a fallosz egykor egy sírt díszített, s akinek a neve szerepel rajta, feltételezhetően igen sok nőnek szerezhetett örömet, ha ilyen tekintélyes méretű hímtaggal kívántak megemlékezni róla. Ebből látható, hogy a férfit (illetve egyes részeit) még a halála után is nagy „becsben” tartották. Feltehetnénk a kérdést: ma mennyire tehetné meg ezt egy hölgy vagy egy feleség, emléket állítva szerető férjének vagy szeretőjének?

A szeretkezésábrázolásokon kívül – amelyek nemcsak falakat, hanem tárgyakat is díszítettek –, számos felirat tarkítja a bordélyházak belsejét. Ezek egy része arról tanúskodik, hogy a házban dolgozó hölgyek közül ki milyen teljesítményt nyújtott, másik részük egyszerűen csak felsorolja a házban dolgozók nevét. Meg kell jegyeznem, hogy nemcsak nők neve szerepel egy-egy ilyen falfirkán, hanem néhány ifjúé is. A feliratok zöme nem túl hosszú, de szerencsénkre akad közöttük jó néhány, amely bővebb beszámolót nyújt számunkra egy-egy eseményről. Az egyik falfelirat például azt meséli el, hogy egy kliens az aktus után mennyire elégedetlen volt a prostituálttal, akiről korábban mindenki csak szépet és kellemeseket mondott:

„*Hic ego nun(c) futui formosam forma puellam  
laudatam a multis, sed lutus intus erat*”

„Egy gyönyörű lánnyal háltam itt,  
akit mindenki dicsért, de belül egy trágyadomb volt.”

A falfirkák közül természetesen csak egy-két darab ilyen borús hangulatú, a zömük éppen az ellenkezőjét sugallja. Maradt fenn olyan felirat is, amelyben egy ifjú az előző éjszaka jóleső kalandja után arról is megfélemedezett, hogy megőrizze a névtelenségét. Az utcai reklámok mindenesetre nyíltan hirdették a szolgáltatásokat és a szolgáltatókat, akik – minthogy adót fizettek – éppúgy reklámozhatták magukat, mint a kereskedők. A járókelők számára ez sem okozott különösebb sokkot.

„*Mula fellat Antoni, Fortunata aeris assibus duobus.*”

„Mula leszopja Antoniust, Fortunata két *asba* kerül.”

A két *as* a legolcsóbb prostituáltak díja volt. Draucáról megtudjuk, hogy egy *denarius*ba (16 *as*) került vele egy menet, de előfordult, hogy egyszerre három férfi mulatott egy nővel összesen 15 *asért*.

Egyes esetekben annyira bátor volt egy-egy férfiú, hogy nem szégyellte szexuális másságát sem eltitkolni.

„*Pedicare volo!*”

„Ifjúval akarok hálalni!”

Ez sem okozott azonban nehézséget számára, hiszen Menander éppen ilyen tevékenységre specializálódott (Maulucci Vivolo, 2002: 67):

„Hic Menander bellis moribus aeris assibus II.”

„Az elegáns modorú Menander itt kínálja magát két asért.”

A feltűnően nyomott ár alapján mindenesetre némi joggal kételkedhetünk Menander állítólagos eleganciájában.

A prostituáltak praktikáinak egy része, még ha titokban is, a tisztos családnyák közé is beszivárgott. Héróndasz *Bizalmasan beszélgető barátnők* című darabja beszámol arról, hogyan cseveg két barátnő egy műfalloszról. A történet szerint Korittó éppen a szobájában ül cselédjével, amikor megjelenik a barátnője, Métrón. Látogatásának oka, hogy megkérdezze Korittót: tudja-e, ki készítette azt a jókora *baubónt* (műfallosz), amelyet a minap látott nála. Korittó a történet elején nem igazán hajlik arra, hogy elfecsegye ezt a titkot, de minthogy jó barátnőkkel állunk szemben, a hosszas unszolás végére mégis kiderül, hogy a khioszi Kerdón az az ügyes cipész, aki ilyenfajta szexuális segédeszközöket formáz finom bőrből a hölgyek számára a városban. Ebből a rövid történetből is láthatjuk, hogy a Krisztus előtti 3. században már biztos, hogy létezett és meglehetősen elterjedt a vibrátor őse, habár nem teljesen olyan formában, mint ma (képi ábrázolásait a Krisztus előtti 5. századból is ismerjük).

## 6. Összegzés

Mindezek alapján könnyen belátható, hogy miért nem okoztak Athénban különösebb botrányt Phrüéné fedetlen keblei. Az erotikus ábrázolások és a közbeszéd számos elemének (kultusz, színház, prostitúció) minden társadalmi réteg számára természetes erotikus töltése biztosította azt a közeget, amelyben a társadalom toleranciaszintje jóval magasabb volt, mint korunkban. Bár ma speciális üzletek és tévécsatornák, klubok és szórakozóhelyek szakosodtak az ilyen igények kielégítésére, ezekkel csak az találkozik, aki találkozni akar. Egy Priaposz-szerű szobor köztéri felállítása viszont bajosan lenne elképzelhető a 21. századi Európában vagy Amerikában, nyilvános tisztelete pedig még kevésbé. Talán ez (is) magyarázza Janet Jackson tettének radikálisan eltérő megítélését.

## Irodalom

A prostitúció történetéből (1998) *Rubicon*, 6. sz.

Athenaeus (1985) *Dipnosophistae*. Stuttgart: B. G. Teubner.

Bajomi-Lázár Péter (2004) A médiapesszimizták. *Élet és irodalom*, 48. sz.

Bolonyai Gábor, szerk. (2002) *Arisztophanész vígjátékai*. Budapest: Osiris Kiadó.

Cantarella, Eva (1992) *Bisexuality in the Ancient World*. New Haven & London: Yale University Press.

Császi Lajos (2002) *Tévéérőszak és morális pánik*. Budapest: Új Mandátum.

Cseh Zoltán (2000) *Hárman az ágyban. Görög és latin erotikus versek*. Pozsony: Kalligram Kiadó.

De Caro, Stefano (2000) *The secret cabinet*. Napoli: Electa.

Devecseri Gábor (1973) Trágárság és irodalom. In: Devecseri Gábor: *Műhely és varázs*. Budapest: Szépirodalmi Könyvkiadó.

Dierichs, Angelika (1988) Erotik in der Kunst Griechenlands. *Antike Welt*, különszám.

Dierichs, Angelika (1997) *Erotik in der römischen Kunst*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Diogenész Laertiosz (1994) *Diogenész. Görög gondolkodók 3*. Budapest: Kossuth Kiadó.

Dover, Kenneth James (2001) *Görög homoszexualitás*. Budapest: Osiris Kiadó.

Fehér Bence (2000) *Priapusi versek*. Budapest: Kirké.

Foucault, Michel (1999) *A szexualitás története II. A gyönyörök gyakorlása*. Budapest: Atlantisz Kiadó.

Foucault, Michel (2001) *A szexualitás története III. Törődés önmagunkkal*. Budapest: Atlantisz Kiadó.

Habermas, Jürgen (1971) *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Hegy Dolores (2003) *Görög vallástörténeti chrestomathia*. Budapest: Osiris Kiadó.

Horváth László (2001) *Hypereidés beszédei*. Budapest: Pallas Stúdió/Attraktor Kft.

Johns, Catherine (2002) *Sex or symbol? Erotic images of Greece and Rome*. London: The British Museum Press.

Kitzinger Dávid (2000) A morális pánik elmélete. *Replika*, június.

Magyar László (2003) A szeretkezési testhelyzetek a görög-római világban. *Ókor*, 2/1. sz.

Maulucci Vivolo, Francesco Paolo (2002) *Pompeji erotikus falfirkák*. Sesto Fiorentino: Casa Editrice Perseus.

Spivey, Nigel-Squire, Michael (2004) *Panorama of the classic world*. London: Thames and Hudson.



Szepes Erika (1995) *Arisztophanész Lüsizisztraté*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.

Szex az ókorban (1998) *Rubicon* Második különszám.

Sztraton (2002) *Kölyökmúzsza avagy a fiúszerelem művészete* (fordította Csehy László) Pozsony: Kalligram Kiadó.

## Lábjegyzetek

1 Csehy László fordítása.

2 Tordai Éva fordítása



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](#)

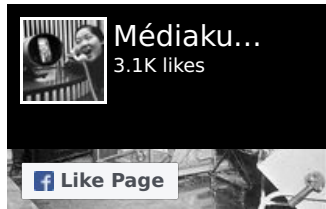
Partnereink

[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 2005 nyár

### Pornó

[Szigeti Péter:](#)

## Benne lettek a tévében

### A pornó kanonizálása a kereskedelmi médiában

*„Köszönöm a sajtónak, hogy emberségesen bánt velem!”  
Michelle Wild <sup>1</sup>*

A 20. század utolsó három évtizedében folyamatos és többsíkú elméleti vita folyt a pornográfia, a szexualitás úgynevezett „öncélú” ábrázolásának a nyilvánosságban betöltött szerepéről, társadalmi hatásairól és a szabályozás szükségességének és határainak kérdéseiről.<sup>2</sup> Miközben a különböző feminista, szólásszabadság-párti, konzervatív, neofita és egyéb irányzatok időről időre összecsaptak a kérdésben, a pornográfia a tömegkultúra kikerülhetetlen és elidegeníthetetlen részévé vált. Ennek a kanonizációs folyamatnak a főszereplője és fő hasznélvezője a tömeges eléréssel rendelkező kereskedelmi média - nem önmagában az iparág zászlóshajója, a kereskedelmi televíziózás, hanem a rendkívül összetett és egymásra épülő kereskedelmi média teljes rendszere.

### A pornografizáció

A 20. század végi és a 21. század eleji médiapiacnak (tartalompiacnak) szüksége van a pornográfiára. Nem elsősorban magára a pornográf tartalomra, sokkal inkább a pornó „fogalmára” és a pornósztárookra mint olyan figyelemfelkeltő eszközökre, amelyek jelentős eséllyel képesek tömegeket aktivizálni. A média a saját logikája szerint, kettős módon használja ki (fel) a pornóipart: egyrészt „mainstream” sztárokat épít az erre alkalmas szexipari munkásokból, másrészt pont az ő segítségükkel megteremti, illetve magyarázza azt a kontextust, amelyben „hagyományos” sztárjainak élete is „pornografálható”, illetve amelyben hétköznapi emberek tehető sztárrá pusztán azáltal, hogy felfedik testük titkait.

Az állatokkal pénzért, nyilvánosan közösülő kitalált páriából modern médiasztárrá váló Ciccolinától nyílegyenes, logikus és kamerákkal sűrűn szegélyezett az út a *Playboy* címlapján pózoló Zalatnay Sarolta énekesnőig. Ugyancsak logikus a folytatás: a kereskedelmi tévék showműsoraiban sztárstátusig jutó pornósztárak, illetve az ugyanezekben a programokban álsztárrá váló, majd a lehetőségtől, illetve a pénztől megszédülve (?) a szexlapok címlapjára kerülő hétköznapi lánykák sora. A modern médiaipar beemelte a pornót a hétköznapiokba.

Magyarországon a médiapiac kiépülése nagyjából egybeesett a pornó kanonizációjának világméretű folyamatával, így a hazai fogyasztók - ha kisebb fáziskéséssel is - gyakorlatilag nyugat-európai és amerikai társaikkal egy időben részesülhetnek a jelenség áldásaiban vagy átkaiban. Az alábbiakban azt szeretném nagy vonalakban bemutatni, hogy milyen szerepet játszott a média a pornográfia *mainstream*mé válásában, hogyan váltak a szexipar szereplői a tömegkultúra jellegzetes figuráivá, hogyan jutottunk el Staller Ilonától a Jóban Rosszban című szappanoperában nővérként feltűnő Michelle Wildig/Vad Katalinig.<sup>3</sup>

### A morális kockázat bomlása

Egyes feltételezések szerint az internet teljes forgalmának mintegy felét a pornográf anyagok letöltése jelenti.<sup>4</sup> 2004-ben becslések szerint csak az amerikaiak közel kétmilliárd dollárt költöttek el interneten pornóvásárlásra, a világ teljes pornóiparának forgalmát ma az óvatosabb becslések 52 milliárd dollár körülire teszik.<sup>5</sup>

Simon Frith szerint a 20. századi szórakoztatóipar legfőbb jellegzetessége az, hogy kikényszeríti az ideális hardver-szoftver kapcsolatot (Frith, 2000). A pornó sikerének egyik oka a technológiai fejlődés: a pornográf szoftver (tartalom) az 1980-as évekre találta meg a számára igazán megfelelő hardvereket: a videóval, majd a DVD-vel, a kábeltévével és az internettel beköltözött az utcáról az otthonokba (Weitzer, 2000). A rögzített, sokszorosított pornográfia a film és a tömegsajtó megjelenése, tehát a 19. század vége óta ismert volt a nyugati világban élő polgárok számára. Azok a gátak azonban, amelyek lehetővé tették, hogy az emberek megbarátkozhassanak a fogyasztási tárggyá váló testiséggel, csak a pornónak a külvilágnál lényegesen nagyobb biztonságot jelentő

magánterekbe való tömeges beköltözésével szakadtak át. Pornómoziba járni társadalmilag kétesen fogadott cselekedet volt. Este a lakásban bekapcsolni a *Private Goldot* vagy berakni egy szexvideót már bocsánatos bűn. Elmúlt a morális kockázat, elhárult az akadály a tömegfogyasztás elől.

A tömegmédiának két dologra van szüksége: könnyen elmesélhető, ám izgalmas történetekre és könnyen lecserélhető, ám izgalmas figurákra. Ez utóbbiakat nevezi a kereskedelmi média sztároknak.<sup>6</sup> A pornó tömegkulturális sikerének második oka az, hogy kifejezetten alkalmas műfajnak bizonyult a sztárgyártásra. Hollywood, illetve a nemzetközi zeneipar sok olyan valóban nagy sztárt ismer, aki karrierje elején kötődött a szexiparhoz. Marilyn Monroe, Madonna, Sylvester Stallone, Stephanie monacói hercegnő vagy Pamela Lee Anderson személyes legendájának kialakításában fontos szerepet játszik a szexiparhoz kapcsolódó múltjuk állandó felidézése.

A sztárok köré kerekített mitológiák narratívája a folyamatos ismétlésre épít. Ebben a struktúrában remek kiindulópontot jelent a pornós/szexfilmes múlt, amelyhez vissza-visszatérve egy életpályán át ízlés és alkalom szerint alakítható a „mint ahogy előre lehetett sejteni, Pamela már megint rosszkedvet éjt, ejnye-bejnye” vagy a „most már végleg lezárult a múlt, Michelle új életet kezd” típusú fejlemény.

## Husi és Cini

Az 1980-as évek végének Magyarországon az első igazi szex-sztori Ciccolina felbukkanása volt. A hazatérő „tékozló leány” egyfajta alig tiltott nemzeti gyümölcscsé vált, kebleit az akkoriban még egyetlen tévécsatorna nézőinek is felfedhette. Ez nagy szó volt egy olyan országban, ahol nem sokkal korábban még pornográfiának titulálva elkobozták a határon a becsempészni vágyott *Playboyt*. A Ciccolina-sztori a rendszerváltás előtti média egyik legelső, ügyesen megépített bulvártörténete. Ebben múlhatatlan érdemei vannak a róla könyvet megjelentető Zalatnay Saroltának, akinek személyes története idővel visszakanyarodott a szexiparhoz, hogy aztán a már modern bulvármédia egyik szomorú fejezetévé fejlődjön.<sup>7</sup>

Ciccolina felbukkanása elemi erővel robbantotta ki a magyar lakosság körében régóta úgy-ahogy lezárt szelepet.<sup>8</sup> Bár pontos adatok sajnos nincsenek róla, de minden bizonnyal szép számmal akadtak azért, akik az 1960-as, az 1970-es vagy a korai 1980-as években is őriztek maguknál különböző erotikus vagy pornográf könyveket, újságokat. (Az például tudható, hogy Veres Pál vagy Lux Elvira hivatalosan szexuális felvilágosító munkáknak számító cikkeiket rengetegen olvasták, könyveik százezres példányszámban fogytak, és közönségük gyaníthatóan nem csak ismeretszerzési céllal olvasta őket.)<sup>9</sup>

A volt pornósztár médiabeli megjelenése egybeesett a videókorszak elindulásával: az egyre szaporodó házi videomagnóknak köszönhetően mind többen fértek hozzá a művésznő és kollégái mára már klasszikussá vált filmjeihez is. Az éppen csak felszabadulófélben lévő magyar média- és tartalompiac Ciccolina megjelenésével egy időben – és nem függetlenül az ő hatásától – kezdett el a korábnál jóval összetettebb, sok szempontból üzleti megfontolásokat is mérlegelő rendszerként működni. A „hivatalos” sajtó kicsit összevont szemöldökkel, de azért a nagyközönségre ki-kikacsintva („ez ugyan nem illendő dolog, de tudjuk, hogy ez kell nektek”) felkapja a sztárt, akit tömegműsoraiban közönségcsalogató eszközként használ, értelmiségi rétegműsoraiban pedig kielemez. Mindeközben az „alternatív média” – amelyen ezúttal a korai időszakban a „művésznő” filmjeit hozzáférhetővé tevő videotékákat, illetőleg a bulvárkönyveket kínáló terjesztő- és áruhálózatot, később pedig az akkoriban megfogant bulvársajtót, jelesül az 1988-ban indult *Reform* magazint értem – eladja a terméket. Ciccolinának, illetve a korszak „kis szexuális forradalmának” jelentős szerepe volt a bulvársajtó tömegbázisának viszonylag gyors megalapozásában.

Bár a bulvárlapok és a sokszor bulvárhangulatú kábelcsatornák már az 1990-es évek elején megjelentek a piacon, a hazai tömegmédia valódi megszületésére az országos kereskedelmi televíziócsatornák 1997-es megjelenéséig várni kellett. A bulvár mindig is lelkesen fordult alapanyagul a szex- és pornóiparhoz, azonban az *RTL Klub* és a *TV2*, illetve a hatásukra az 1990-es évek utolsó harmadára valóban tömegsajtóvá erősödő bulvárlapok (*a Blikk*, *a Mai Nap*, *a Színes Mai Lap*, *a Story*, *a Best*, *a Star*, *a Party*, *a Villám* stb.) folyamatos témaigénye kimeríthetetlené tette ezt a kapcsolatot.

## A nyúlón túl

„Hollywoodba költözni bizonyos értelemben olyan volt nekem, mint hazatérni, mivel ez az a hely, ahol az álmaim egykor megszülettek. A *Playboy* központjának helyt adó palota egy dombtetőn áll, egy fenyőerdő közepén, egy háztömbre a Sunset Boulevardtől. Úgy néz ki, mint egy vidéki angol úriház, de több-kevesebb ideig gyermekkorom majd minden ideálja a közelében lakott. Humphrey Bogart és Lauren Bacall az utca túloldalán élt az 1950-es években, csakúgy mint Sinatra, Jean Harlow, Lana Turner, Walt Disney és még sokan mások, akik betöltötték gyermekkorom képzeletét” – írja Hugh Hefner, a *Playboy* alapító-főszerkesztő tulajdonosa Gretchen Edgren *Inside the Playboy Mansion* című, életművét bemutató könyv (1998) előszavában. Mint Edgren a képekkel gazdagon illusztrált munkában bemutatja, az Egyesült Államokban a *Playboy* 1953-as elindulása után egyre természetesebbé vált, hogy hírességek kapcsolódnak a szexiparhoz. A lapalapító Hugh Hefner szívós munkával – a lap mellett elsősorban televíziós show-ival és nyilvános előadásával – elfogadottá tette a vetkőzést, a meztelenkedést az amúgy meglehetősen prűd tengerentúli médiában. Hefner társaságában fotózni, vele szórakozni az 1960-as évek elejétől „cool” dolognak számított. Az maradt az ezredfordulóra is; Marilyn Monroe épp olyan szívesen mutatkozott partijain, mint Cameron Diaz.

Bár Hefner imádta hírességekkel körülvenni magát, lapjában ezek a hírességek csak ritkán fedték fel bájaikat. Ők a körítést jelentették, a kánont magát, amelybe Hefner becsempészte saját pajzán tartalmait. A rendszerváltás után

nálunk is kiadott, majd gyorsan tönkrement, de néhány évvel később újraindult *Playboy* csavart egyet az amerikai mintán. A magas példányszámhoz botrány kellett, botrányt pedig – hamar kiderült – meztelen hírességekkel a legjobb kelteni. Míg Hefner nyuszilányai közül jó néhányat idővel levadászott a szórakoztatóipar, addig a magyar verzió éppenséggel a szórakoztatóipar kissé megfáradt vagy épp aktuális hírességeivel igyekezett és igyekszik még ma is eladni magát. Bíró Ica, Zoltán Erika, Gregor Bernadett, Haumann Petra, Görög Zita vagy éppen Zalatnay Sarolta bájainak megmutatása időről időre jó húzásnak bizonyult, hiszen növelte az aktuális eladási számokat. Ha híresség kerül a borítóra, az rendre sok ezerrel több eladott példányt hozott.

A magánéletéről a nyilvánosságnak mindig is beszámoló Zalatnay remek nyersanyagot jelentett és jelent mind a mai napig a bulvármédiának. Története szomorú példázatává vált annak, hogyan képes a test a média rabjává válni. Zalatnay médiaszereplései az 1980-as évek óta a testéről, illetve a testiségről szólnak. Nemi életének kiteregetése és ezzel párhuzamosan Ciccolina médiabeli futtatása után némi csend következett, majd a „nagy visszatérés”, amikor hosszabb ideig a később amúgy a pornóiparba igazoló, nála jóval fiatalabb élettársával való kapcsolatától volt hangos a bulvársajtó. Részletesen megismerhettük mellnagyobbító műtétjének történetét, illetve ennek hatását szexuális életére, s persze megcsodálhattuk az eredményt is a már emlegetett magazinban. Természetesen érdekelte a sajtót a család miatt ellene folyó rendőrségi, majd bírósági eljárás is. A börtönbe vonulását megörökítő kereskedelmi tévés *docu-soap* kamerája aztán szinte perverz örömmel időzött el ennek a mindenki által jól ismert testnek a szenvedésein. A síró, meggyötört Cini is hozta a nézettséget. Vágóképként minden róla szóló tudósításban feltűnnek a *Playboy*-fotók. A kör bezárult.

## Nemcsak a teste

A tömegmédiá – minden látszat és látszólagos ellentmondás ellenére – prúd és szemérmes. A tömegmédiában szinte soha nem maga a pornó jelenik meg, csak a pornóhoz köthető személyek. Van persze kivétel: a valóságshow-k például nem fukarkodtak a direkt meztelenség, sőt, a szex bemutatásával sem. Az igazi szenzációt – a néhány egyenes adásban közvetített aktuson kívül – azonban itt is inkább a szexről való beszéd, mint maga szex jelentette. A valóvilágos Pandora pornós múltja vagy Maja Goldnak a villába való beköltöztetése nagyobb visszhangot és érdeklődést váltott ki, mint Szilvi és Frenki időnkénti aktusai.

A pornó hálás téma, mert mindenki viszonyul hozzá valahogy. A pornót használó kereskedelmi csatornák döntéshozóinak trükkje éppen az, hogy egyszerre elégítik ki az emberek kukkolási vágyát és adnak teret a bennük élő hipokrita morálnak. A pornón egyszerre lehet élvezkedni és szörnyülni, ezért mindenkinek tud valamit kínálni.

Ez a kettősség vezetett oda, hogy a pornóipar sztárjai a valóságshow-kból elrugaszkodva szép lassan beszivárogtak a kereskedelmi csatornák szinte minden műsorába. Az emberként bemutatott pornósztár, akiről azért mindig tudjuk, hogy pornósztár, egyetlen, de alapvető kérdést vet fel, amely viszont épp elég ahhoz, hogy hosszú ideig témát adjon a tömegmédiának. A kérdés pedig a következő: attól, hogy valaki nyilvánosan és pénzért szexel, más ember-e, mint mi? Ez – kis túlzással – mindenkit érdekel, elég megtekinteni az elmúlt évek televíziós nézettségi, illetve lapolvasottsági adatait.

A pornósztárok médiabeli megjelenése első lépésben nem magát a pornót (az ikonográfiát, a pornográfia kódját<sup>10</sup>), hanem a pornóról való beszédet kanonizálta. Mindeközben persze megjelenésük egyre nagyobb teret enged a meztelenség, a – vélt vagy valós – erotika mediális ábrázolásának, és ezen keresztül maga a pornográf aktus ábrázolása is fel-fel tűnhet a tömegmédiában. A szemérmes tömegmédiium, amelynek oda kell figyelnie a szabályozó hatóságoknak és a jogszabályoknak való megfelelésre, de egyszersmind a megfelelő számú néző/olvasó/hallgató/felhasználó kielégítésére is, mindig egy lépéssel a valóság mögött jár: *hardcore*-ról beszél, de azt *softcore*-ral mutatja be.<sup>11</sup>

A tömegmédiá mindig a szokatlant, a furcsát akarja megmutatni. Ennek a logikának köszönhető, hogy az átlagembereket és a hírességeket meztelenül, a pornósztárokat viszont ruhában akarja látni. Így kerül Zalatnay Sarolta vagy VV Anett meztelenül a címlapokra, Nikki Belucci pedig Stohl András és Győzike mellé a *Rettegés fokába*. Különös esetekben persze még ezen a logikán is lehet egyet csavarni. Amikor a gyermeket váró, a nyilvános meztelenséggel szakító Michelle Wild, a magából már százsor mindent megmutató pornócsillag „még egyszer, utoljára” levetkőzik az ő munkásságához képest igencsak szemérmes *Playboynak*, az tulajdonképpen maga a kanonizáció gesztusa. A „megjavult” pornósztár feloldozást kap, és bebocsáttatik a *mainstream* tömegkultúra világába; mégpedig azzal, hogy nyilvánosan levetkőzik.

## Sex sells

„Paris Hilton egy érdekes nő. Napjaink kultúrájának közvetítője, igazi mai lány, aki lenyűgözte a cégünk legfontosabb üzletfeleit. Ők pedig fiatal, éhes srácok és fiatal, éhes lányok” – nyilatkozta a *Velvet* című internetes kiadvány tanúsága szerint Brad Haley, a Carl's Jr. amerikai gyorsétterem-hálózat marketingigazgatója nemrégiben.<sup>12</sup> Haley arra reagált ezzel, hogy az amerikai Szövetségi Kommunikációs Bizottság (*Federal Communications Committee, FCC*) betiltani tervezi az excentrikus szexbombával készített legújabb televíziós reklámfilmjüket, mondván, hogy az új fűszeres burgerüket népszerűsítő szpot szoftpornóba hajlik, ennél fogva nem lenne szabad olyan időben sugározni, amikor azt fiatalok is láthatják.<sup>13</sup> A munka megítélésén lehet vitatkozni, Haleynek viszont abban vitathatatlanul igaza van, hogy a szóke modell bizony nagyon is hordozója a mai tömegkultúrának.

Az FCC-nek – csakúgy, mint az itthon évről évre jó néhány hasonló jellegű ügyet vizsgáló Önszabályozó Reklámtestületnek – nagyon nehéz dolga van, és még nehezebb lesz. Egy-egy reklám betiltható, a küzdelem



azonban – bár bizonyos esetekben kétségtelenül érvényesíteni kell például a fiatalkorúak védelmét – szélmalomharcnak tűnik. A Carl's Jr. hirdetése annak a leginkább a *Playboy*, majd a nyomában születő férfimagazinok (a *Penthouse*, az *FHM*, a *GQ*, no meg természetesen a *Hustler*) által megalapozott esztétikai forradalomnak a terméke, amely a vágykeltés és ezen keresztül az eladás szolgálatába állítja a média ikonográfiáját. Ezek a magazinok a hozzájuk kapcsolódó egyéb csatornákkal – elsősorban a bulvársajtóval és a kereskedelmi televíziókkal – véglegesen a profitmaximálás részévé tették az erotikát. A szex a modern tömegmédiá és a ráépülő reklámpar motorja és jelképe. A dolog remekül működik, éppen ezért ebből a körből senkinek nem érdeke kiszállni.

„Nem tudom pontosan, mit értünk »kulturális ikon«-on. De ha az emberek azt gondolják, hogy én az vagyok, amiért képes vagyok a dolgoknak új értelmezést adni, hát legyen! Ha meghallom a »kulturális ikon« szót, leginkább Marilyn Monroe jut eszembe. Tényleg nem tudom, hogy én magam azon a szinten vagyok-e, mint ő”<sup>14</sup>

– mondja Jenna Jameson, a világ egyik legismertebb pornósztárnője egy interjúban, amely a Berlinben kiadott *Zoo* magazinban jelent meg idén májusban (in Belverio, 2005). A *Zoo* nem pornóújság, hanem a kontinens egyik legmenőbb divatmagazinja, a sztárról az interjút követően 20 oldalas divatfotó-sorozat jelent meg, amelyet Philippe Cometti, a jelen egyik legmenőbb divat- és reklámfotósa készített.<sup>15</sup>

Jamesonnal szemben én tudom, hogy mit értünk kulturális ikonon: olyan személyt vagy jelenséget, aki vagy amely önmagán túlmutatva, de pusztán önmagában képes egy jelenség, életérzés vagy kortűnet reprezentálásra. Paris Hilton, Jenna Jameson, Pamela Anderson vagy lokális szinten Cicciolina és Michelle Wild a tömegmédiának köszönhetően ilyen ikonná vált.

A reklám legfontosabb mércéje a hitelesség. Hilton megjelenése a reklámfilmekben vagy Jamesoné a kifutók világában azt mutatja, hogy a hitelességre sokat adó cégek megbíznak a testiparból érkező hőseikben. Nem félnek attól, hogy dollármilliókért felépített márkáik értékét rombolni fogja, ha a fogyasztók fejében ezekhez a figurákhoz kötődnek. Ellenkezőleg: bíznak abban, hogy a szexipar által teremtett kontextus hozzáad a *brand* erejéhez, és végső soron segít nekik abban, hogy több pénzt kereshessenek.

### A sokszínűség dinamikája

Számos médiateoretikus hirdeti, hogy a tömegmédiá kora hamarosan véget ér. Ezen általában azt értik, hogy az új technológiák (a digitális tévé, az internet, a harmadik generációs mobilhálózatok) kínálja lehetőségek feloldják a disztribúciós korlátokat, és a korábbinál lényegesen több és többféle tartalomhoz férhetünk majd hozzá, tehát pontosan a sokféleség szab gátat a tömegességnek. Egyre több csatorna jön létre, amelyen keresztül majd egyre személyre szabottabb tartalmat szolgáltatnak.

Egy, az uniós előírásoknak megfelelő, nemrégiben született kormánydöntésnek megfelelően Magyarországon 2012-ig át kell állni a földfelszíni televíziózásban az analógról a digitális sugárzásra. Mivel a digitális sugárzás az analógnál lényegesen több csatorna továbbítását teszi lehetővé, ez azt jelenti, hogy elméletileg nemcsak a kábelhálózatokba bevont háztartásokba, hanem minden egyes televízióval ellátott lakásba többtucatnyi csatorna jut majd el (Kántor, 2005).<sup>16</sup> Ezzel egy időben folyamatosan növekszik az internetpenetráció is, mindenekelőtt a szórakoztató tartalmak elérésére alkalmas szélessávú hozzáférések aránya.<sup>17</sup> A jövőre induló harmadik generációs mobilszolgáltatás lényege szintén a szórakoztató tartalmak letöltésének lehetősége. Belátható időn belül tömegek fognak új, tartalomfogyasztásra alkalmas eszközök birtokába kerülni.

Mindez két dolgot eredményezhet: egyrészt záros határidőn belül megszűnhet a jelenlegi országos kereskedelmi televíziós csatornák információs hegemoniája. A kereskedelmi tévék sextől és erőszaktól túlfűtött programjai ellen rendszeresen tiltakozók tehát elvben reménykedhetnek: talán a verseny majd kiszűri ezeket a tartalmakat. Minden bizonnyal valóban lesznek olyan tartalomszolgáltatók – mint ahogy amúgy már ma is vannak bőségesen –, akik alternatívát kínálnak. Ugyanakkor – és ez a másik fejlemény – a piaci verseny éleződése pontosan oda vezethet, hogy a szereplők még a mainál is keményebb harcot folytatnak az emberek figyelméért. Ebben a harcban a szex, amely mindig is vonzani fogja a figyelmet, nagyon fontos eszköz lesz, és ezért használni is fogják.

### Underground pornó: az előre menekülés

A *mainstream*mé válás magán a pornográfián belül is változásokat szül. A fősodorba való bejutással párhuzamosan a pornográfia egyre jelentősebb szerepet kap az *underground* kultúrában is. Cramer és Home az *avantgarde* (az ő szavaikkal: nyílt forrású, *open-source*) pornográfiát az új évezred első jelentős kulturális mozgalmának tekinti, amelynek fő tere és disztribúciós csatornája az internet. A két szerző odáig megy, hogy ez az új típusú, a tabukat tovább döntögető pornográfia átveszi a *net-art* szerepét, és új on-line *avantgarde* esztétikát teremt. Hozzáteszik persze, hogy a független pornó olyan, mint a független rockzene: a lényege pont az, hogy különbözőnek tűnik az iparági sztenderdektől, valójában azonban hasonló elveken működik, és pontosan ezeket a mintákat erősíti.<sup>18</sup> Cramer és Home szerint az *avantgarde* (extrém) pornó lesz az iparág megmentője, mivel a „hagyományos” pornó beleolvadt a tömegkultúrába, és ez a folyamat szétrobbantotta korábbi bevett üzleti modelljét. Szerintük ma gyakorlatilag szabadon érhető el kemény pornó az interneten, illetve kábeltelevíziós csatornákon keresztül, ezért aki ezen a területen pénzt akar keresni, annak speciális dolgokat kell kínálnia.<sup>19</sup>

A *mainstream*be vezető út – ha kellő a társadalmi nyitottság – az *avantgarde*-on keresztül vezet. A tömegkultúra – jellegénél fogva – a közönség figyelméért és idejéért folytatott küzdelemben folyamatosan vágyik az újra, az egyre intenzívebb élményre. A pornó, amely bizonyos értelemben a legemberibb zsáner, tökéletesen alkalmas műfaj arra,

hogy egyre többet és többet mutasson, egyre mélyebbre menjen. Ez a legmonotonabb, ugyanakkor a leginkább permutálható tartalom. Mindig rá lehet licitálni az előző izgalomra. A tabu határai mindig arrébb és arrébb kerülnek, az extremitás időről időre átértelmeződik. Ami tíz éve tabunak számított, az ma a kereskedelmi televíziók délutáni talkshow-inak természetes tölteléke, ami ma tabunak számít, az minden bizonnyal ragyogó nyersanyaga lesz a 2015-ös év beszélgetős műsorainak.

A pornográfia tömegkultúrával való szövetsége magától értetődő. Amíg lesznek olyan médiumok, amelyeket sokan használnak, azok használni fogják a testiséget. Amíg csatorna van rá, addig pedig tartalom is lesz, dögvével.

### Off-line irodalom

Belverio, Glenn (2005) „Jenna Jameson – Life as a Porn Star” *Zoo Magazine*, 6. szám), 164-195.

Edgren, Gretchen (1998) *Inside the Playboy Mansion*. Los Angeles: General Publishing Group.

Frith, Simon (2000) „Entertainment” In.: Curran, James & Gurevitz, Michael (szerk.) *Mass Media and Society*. London – New York: Arnold – Oxford University Press, , 2000.)

Kántor Barbara (2005) „Lesz képük hozzá” *Kreatív* (3. szám) 42-45.

McLaren, Angus (2002) *Szexualitás a 20. században*. Budapest: Osiris Kiadó.

Román Balázs (2004) „Sok perc hírnév” *Kreatív* (7. szám) 40-41.

Stoller, Robert J. (1991) *Porn – Myths for the Twentieth Century*. New Haven: Yale University Press.

Weitzer, Ronald, szerk. (2000) *Sex for Sale – Prostitution, Pornography and the Sex Industry* (New York – London: Routledge).

### On-line irodalom

J.B.F.: It’s Not Enough to Oppose Pornography (<http://www.americancatholic.org/Messenger/Mar2002/Editorial.asp>) (2005. 05. 23.)

Sexuality in the Mass Media: How to View the Media Critically (<http://www.soc.ucsb.edu/sexinfo/?article=activity&refid=026>) (2005. 05. 23.)

## Lábjegyzetek

1

Lásd <http://www.origo.hu/szorakozas/teve/20050224michelle.html> (utolsó letöltés: 2005. V. 22.).

2

Ehelyütt mind a kérdéskör alaposabb tárgyalásától, mind kiterjedt irodalmának ismertetésétől eltekintenek. Aki mindazonáltal gyors áttekintésre vágyik a pornográfiát övező értelmezésbeli, esztétikai, jogi és morális vitákról, azoknak ajánlom Christopher D. Hunter *The Dangers of Pornography? A Review of the Effects Literature* című áttekintő tanulmányát ([http://www.asc.upenn.edu/usr/chunter/porn\\_effects.html](http://www.asc.upenn.edu/usr/chunter/porn_effects.html), utolsó letöltés: 2005. V. 21.), illetve Angus McLaren *Szexualitás a 20. században* (2002) című munkáját.

3

Aki ráadásul – s ez tulajdonképpen a sorozat készítőinek a posztmodern dramaturgiára való nyitottságát jelzi – olyan figurát formált meg, akinek takargatnivalója van a múltjában. Vad Katalin, túl azon, hogy a sorozat szintjén hitelesen adta a kórházi szakápolót, természetesen mindig is Michelle Wild maradt a képernyőn, és ezt mindenki pontosan tudja: ő maga, a producerek és a nézők is. Ennek a játéknak pont ez a lényege.

4

Navarro: Egy kézben a magyar online pornóipar (<http://index.hu/tech/net/porno2003/>, utolsó letöltés: 2005. V. 21.).

5

Illényi Zsófia: Évi egymillió gyerek a szexipar igénye (<http://www.hetek.hu/index.php?cikk=46073>, utolsó letöltés: 2005. V. 21.).

6

Természetesen van a sztároknak egy másik típusa is: nekik éppen az a lényegük, hogy nem cserélhetők le, azaz teljes mértékben önmagukat jelentik. Ahogy Árpá Attila, az *RTL Klub* egykori kreatív igazgatója és botrányhőse, a csatorna számos műsorának beindítója fogalmazott egy helyütt a hazai helyzetről: „A valódi sztárokat onnét lehet felismerni, hogy ha a nevük mögé tesszük a művész úr/hölgy megszólítást, nem hangzik idéetlenül” (in Román, 2004).

7

A Ciccolina-történet Zalatinaynál nem volt előzmény nélküli. Az énekesnő 1986-ban jelentette meg *Nem vagyok én apáca* című, nagy sikert aratott és óriási példányszámban eladott önéletrajzi kötetét, amelyben nyíltan beszélt saját szerelmi életéről. Ezt követte 1988-ban a Staller Ilona életét bemutató *Ciccolina*, a *Szexciklon*, majd a szexről való mesélés folytatódott az *Ezt sem a zárdában írtam* című kötettel, illetve a férfiak szexuális élményeit feldolgozó *Ők sem szerzetesek* című könyvvel. Ezeknek a dokumentumregényeknek hatalmas sikerük és piacuk volt a rendszerváltás kori Magyarországon. Tucatjával jelentek meg a műfajba tartozó, korábban nálunk ismeretlen műfajú írások, gondoljunk csak Végh Antal vagy az első hangos sikereit pont itt arató Friderikusz Sándor munkáira. Amennyire tudom, a ponyva- vagy

bulvárirodalomnak ez, az előképei alapján a 18-19. századi vásári ponyvával és a modern angolszász tényfeltáró *non-fiction* irodalommal egyaránt rokon, roppant színes korszaka tudományosan még jobbára feldolgozatlan. Egy alapos elemzés pedig igen sokat tehetne hozzá a közelmúlt társadalomtörténetének pontosabb megértéséhez.

Amely persze néha „hivatalosan” is fel-felengedett, lásd például a szilveszteri Szuperbolákat.

Erről maga Veres Pál számolt be nemrégiben egy, az *RTL Klub XXI. század* című műsorának adott interjújában.

Lásd Cramer, Florian & Home, Stewart: Pornographic Coding (<http://cramer.netzliteratur.net/writings/pornography/london-2005/pornographic-coding.html>, utolsó letöltés: 2005. V. 22.).

Azt sem szabad persze elfelejteni, hogy mindeközben az 1990-es évek közepétől egyre gyorsabb ütemben terjednek a kábelhálózatok, és ma már gyakorlatilag a televízióval rendelkező háztartások felében jelen vannak. A kábelcégek többsége kínál olyan csomagot, amelyben hozzáférhető nem prémium pornócsatorna is – olyan program, amelyért csak a csomag havidíját kell befizetni, extra díjat nem. Ez szintén nagyban hozzájárult a pornóval szembeni tolerancia fokozódásához, a közízlés alakulásához.

Lásd <http://velvet.hu/celeb/paris50525/> (utolsó letöltés: 2005. V. 25.).

Az ominózus szpotban Hilton egy alig takaró ruhában hajlongva lemos egy garázsban álló hatalmas Bentley-t, majd vizes testtel, erotikus vonaglással elkészít egy hamburgerért, amelybe kéjes mozdulatokkal bele is kóstol. A reklám képi világa igen közel áll a *Playboy* által fémjelzett vizualitáshoz. A klip megtekinthető itt: <http://www.mellesleg.hu/cikkek/article.php?id=4063> (utolsó letöltés: 2005. V. 25.).

Belverio, 172. o.

Lásd <http://www.jedroot.com/photogr/cometti/pc-frameset.html> (utolsó letöltés: 2005. V. 25.).

Vannak azonban olyan vélemények is, hogy a piac nem lesz képes a mainál lényegesen több földfelszíni csatornát eltartani.

A cikk írásának pillanatában a rendszeresen internetező magyarok aránya 25 százalék körülire tehető. A felhasználók közül ma már több a szélessávú hozzáféréssel rendelkező, mint a modemes. A tervek szerint a jövőben a kormányzat stratégiai célként kezeli a szélessávú hozzáférések számának növelését. Lásd Nemzeti Szélessávú Stratégia: [http://www.ihm.gov.hu/data/69498/nszs2005\\_rp5\\_aktualizalt\\_strategia\\_20050320.pdf](http://www.ihm.gov.hu/data/69498/nszs2005_rp5_aktualizalt_strategia_20050320.pdf) (utolsó letöltés: 2005. V. 25.).

Cramer, Florian & Home, Stewart: Pornographic Coding (<http://cramer.netzliteratur.net/writings/pornography/london-2005/pornographic-coding.html>, utolsó letöltés: 2005. V. 22.). Akit érdekel ez az avantgarde, sokszor erőszakosan brutális és egyszersmind artisztikus pornó, az válogathat kedvére – legalábbis e tanulmány születésekor, hiszen ez egy folyamatosan alakuló műfaj – például a következő webhelyeken: <http://www.suicidegirls.com>, <http://www.cleansheets.com>, <http://www.fatalbeauty.com>, <http://www.indienudes.com>.

Véleményem szerint ebben nincs teljesen igazuk: a témába vágó nem túl nagyszámú hazai felmérés azt mutatja, hogy a magyarok – a nemzetközi mintáknak amúgy megfelelően – két típusú on-line tartalomért hajlandók sok pénzt fizetni: zenéért és pornóért. A komolyabb mennyiségű tartalommal rendelkező hazai pornóoldalak (maximálisan a teljesség igénye nélkül: [www.ashole.hu](http://www.ashole.hu), [www.mellesleg.hu](http://www.mellesleg.hu), [www.dvdmoji.hu](http://www.dvdmoji.hu), [www.goldengate.hu](http://www.goldengate.hu), [www.szexmania.hu](http://www.szexmania.hu), [www.neterotika.hu](http://www.neterotika.hu), [www.erocenter.hu](http://www.erocenter.hu), [www.szexvarazs.hu](http://www.szexvarazs.hu), [www.amnezia.hu](http://www.amnezia.hu)) tartalmainak nagy része az elmúlt években fokozatosan fizetőssé vált, csakúgy, mint nemzetközi társaiké. Ezek az oldalak, bár van rajtuk a – jobb híján nevezzük így – közízlés által extrémnek ítélt tartalom is, viszonylag jelentős kereslettel társulva a volument tekintve összességében mégis csak a „hagyományos” pornóra fókuszálnak (<http://index.hu/tech/net/porno2003/>, utolsó letöltés: 2005. V. 23.). A Jupiter Média kutatócég 2002 második felében végzett európai on-line felmérése viszont Cramerék álláspontját erősíti. A kutatók szerint ugyan a felhasználók leginkább valóban a szexért és a zenéért hajlandók kinyitni virtuális pénztárcájukat, azonban a netezőknak mindössze 10 százaléka véli úgy, hogy erre a közeljövőben sor is fog kerülni (<http://www.hullamvadasz.hu/index.php3?hir=2209>, utolsó letöltés: 2005. V. 23.).



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](#)**

Kérdés: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

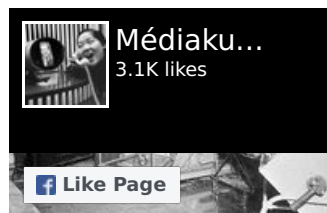
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2005 nyár

### Pornó

[dr. Bayer Judit:](#)

# Internetkorlátozás a kereskedelmi szféra eszközeivel: szűrők és felbukkanó ablakok

## A gyermekekre káros internettartalom egyes kérdései

A gyermekekre potenciálisan káros hatást gyakorló internettartalom heves érzelmeket és szabályozási kísérleteket vált ki világszerte. Az internet fogas feladvány a szabályozás minden területén; különösen az általánosságban nem jogellenes, csupán káros tartalom jelent kihívást. De vajon mennyire foglalkoztatja ez a kérdés a leginkább érintett személyeket, a szülőket? Tényleg van-e kellő ok a védekezésre? Vagy elegendő lenne a tartalom támadását kizárni a felbukkanó (pop-up) ablakok megtiltásával? Ez tartalomfüggetlen szabályozást jelentene, amely alkotmányossági aggályokat nem vet fel, és megszüntetné a legfőbb veszélyt: azt, hogy a kiskorúak akarataik ellenére szembesüljenek felnőtteknek szóló tartalmakkal.

*„A cenzorok kockázat-értékelése néha helyes volt, néha téves. Ha úgy döntünk, hogy nem vállaljuk ezt a kockázatot, akkor cenzurázunk. Az Első Kiegészítés értelme, hogy a szólásszabadság értéke bőven megéri a kockázatot” (Wolfson, 1997: 129).*

## Mi az, hogy káros?

A „káros tartalom” kifejezés elterjedté vált azon tartalmak megjelölésére, amelyek a legtöbb országban nem jogellenesek, viszont morálisan vagy más társadalmi értékek alapján mégis nemkívánatosnak minősülnek. Hogy mi minősül nemkívánatosnak, és ki dönt ebben? Éppen ez az egyik legégetőbb kérdés a káros tartalom problémakörében. Ennek megítélése kultúránként és egyénenként is változik. A leggyakrabban mégis azokra a tartalmakra gondolnak, amelyekről az emberek többsége úgy véli, hogy veszélyeztethetik a kiskorú gyermekek egészséges fejlődését: ezek pedig zömében az erőszakos és a pornográf tartalmak. Vannak, akik úgy gondolják, hogy e tartalmak a felnőttekre is káros hatást gyakorolnak. Az utóbbi kérdésre azonban nem irányulnak tudományos vizsgálatok, és összességében kevésbé foglalkoztatja a társadalmat, mint a gyermekek sorsa. Ha a felnőtt saját magának kárt okoz, az a saját felelőssége. Ha az állam nem bízza rá ezt a választást, akkor kriminalizálja a cselekedetet, mint az illegális drogok esetében. Ha rábizza a választást, mint például a cigaretta vagy a pornográfia fogyasztása esetében, akkor is sokan emelik fel a szavukat ellene – illetlennek, károsnak, erkölcstelennek bélyegezve –, de a cselekmény kívül marad a jog területén, legfeljebb kijelölt zónákba próbálják szorítani. A gyermekek esetében azonban az állam nem ismeri el a választást, azaz a beleegyezés jogát. Mivel a gyermek nem büntethető, a tiltás alanyai csak felnőttek lehetnek. Kriminalizálni lehet, hogy gyermek számára hozzáférhetővé tegyék a káros jelenséget. Például az újabb szabályok szerint dohánytermék gyermekeknek nem szolgálható ki, és az iskolák környékén nem lehet dohányárut reklámozni. De gyermekek nemcsak az iskolák környékén közlekednek, valamint nemcsak úgy juthatnak hozzá e termékhez, hogy személyesen megvásárolják azokat a boltban, hanem kerülő úton is. Az interneten a védelem e hiányossága hatványozottan jelentkezik.

Az internet tartalma tükrözi az emberi kultúra és az emberi természet változatosságát. Az, ami egyesek számára elfogadható, hétköznapi vagy egyenesen szükséges, mások számára kellemetlen, felháborító, visszataszító. Mindenkinek szabadságában áll, hogy azt a tartalmat keresse, amely számára kellemes, és ne kelljen olyannal szembesülnie, amely kellemetlen.

Egyes országokban felnőttek esetében is megkísérlik korlátozni a pornográf vagy a szélsőségesen erőszakos tartalmakhoz való hozzáférést. Az Amerikai Egyesült Államokban például a Legfelsőbb Bíróság alkotmányértelmezése szerint az „obszcén” tartalom nem élvez alkotmányos védelmet, tehát a tagállamok alkothatnak azt korlátozó jogszabályokat. Obszcénnek az a tartalom minősül, amely a kortárs közösségi normák szerint kéjsóvár érdeklődésre (*prurient interest*) apellál, és egészében nélkülöz minden komoly irodalmi, művészi, politikai vagy tudományos értéket.<sup>1</sup> Az amerikai Legfelsőbb Bíróság azonban több döntésében is kimondta, hogy az internet közegében alkalmazhatatlan ez a szabály, mivel a „kortárs közösség” kifejezés magában foglalná az egész



világot, amely nélküli az egységes értékrendet (Bayer, 2002; Lustyik, 2000).

A német Büntető Törvénykönyv is tiltja az emberekkel szembeni kegyetlen vagy másként embertelen erőszakos cselekményeket ábrázoló, azokat dicsőítő vagy minimalizáló bemutatásmódot és a kemény pornográfia terjesztését (StGB. 131., 184. §§). Ezek a rendelkezések illegalizálják az említett közléseket, ezáltal kiemelik azokat a káros tartalom köréből. Jogi problémát legfeljebb a végrehajtásuk okoz, akárcsak a személyiségi jogokat védő vagy a gyűlöletbeszédet tiltó rendelkezéseké.

Az elektronikus médiában csaknem minden ország korlátozza az erőszakos és a szexuális tartalmak sugárzását. Ezt eredetileg alátámasztották az elektronikus média szigorúbb szabályozásának legitimálására felhasznált érvek. Egyrészt az az érv, hogy a földi frekvenciák, amelyek hajdan az elektronikus kommunikáció egyetlen eszközét jelentették, szűkös jószágnak számítanak, amelyet nem mindenki vehet igénybe. Ezért azoknak, akik igénybe veszik, a közösség érdekeit kellene szolgálniuk. A rádió- vagy a televízióüzenet egyidejűleg nagy létszámú közönséghez jut el, s ez stratégiai jelentőséget ad neki. Másrészt az az érv, hogy a televízió rendelkezik egy úgynevezett igéző hatással, amely lebilincseli a nézőt, és szinte fogva tartja figyelmét (Molnár, 2002: 34). Az amerikai Legfelsőbb Bíróság FCC v. Pacifica döntésében kimondta, hogy a folyamatosan áramló műsorfolyam akadálytalanul eljuthat például a magánlakásokba is, és valószínű, hogy kiskorúak is vannak a nézők között. Az áramló tartalomnak a közönség ki van szolgáltatva, nem szelektálhat a tekintetben, hogy kíván-e részesülni benne, vagy sem, mint ahogyan egy olvasó választhatja egy újság megvásárlását vagy polcon hagyását. Mire észbe kap, és kikapcsolná a szerkezetet, már részesévé vált a látványnak. Az amerikai Legfelsőbb Bíróság szerint azt mondani, hogy akinek nem tetszik a látvány, az kikapcsolhatja a tévét, olyan, mint a megütött embernek azt javasolni, hogy szaladjon el.

A fenti érvek közül a szűkösségre alapozó ma már érvényét veszítette, a másik kettő azonban továbbra is fennáll. Az internetre viszont egyik érv sem alkalmazható, tehát hiányzik a szabályozás legitimációs alapja (lásd lejjebb).

A magyar médiatörvény (a rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény) nem terjed ki az internetre, az amerikai Legfelsőbb Bíróság pedig megtagadta, hogy az obszcenitásra vonatkozóan szigorúbb teszt alkalmazásának alkotmányosságát elismerje az internetre nézve. Ezzel szemben a német törvényhozás kiterjesztette a médiatörvényt a hálózatra is (Bayer, 2005).

A káros tartalmak megítélésében két koncepcionális nézet eltérése nehezíti az egyetértés kialakulását. Az egyik az, hogy a káros tartalom tárgyalása igen gyakran összemosisdik az illegális tartaloméval. Az internet biztonságáért fellépő mozgalmak, szervezetek, deklarációk általában együtt említik a káros és az illegális tartalmat. Én azonban lényegesnek tartom a kettő szétválasztását, hiszen itt olyan tartalmakról van szó, amelyek általában nem jogellenesek, hanem jogszerűek. Mivel a véleménynyilvánítási szabadság csak meghatározott esetekben korlátozható, nincs jogszerű lehetőség a korlátozásra, ha az alkotmány vagy nemzetközi szerződésben foglalt kötelezettség nem teszi azt kifejezetten megengedhetővé.

A korlátozás alkalmazását nehezíti, hogy az összefoglalóan kiskorúakként definiált csoport összetétele korántsem homogén. Az óvodáskorú és a csaknem felnőtt tizenéves között lényeges különbség van pszichológiai, erkölcsi és szexuális érettségben. A védelemnek lehetőleg személyre szabottnak, de legalább korcsoportra szabottnak kellene lennie. Ehhez képest csak másodlagos a különböző világnézetekből fakadó véleményeltérés, vagyis az, hogy az egykorú gyermekek szülei is mást és mást tartanak alkalmasnak gyermekük számára. A korlátozás alkalmazása ellen szól az is, hogy nincs általános védelem a „káros hatások” ellen, a szülők és a nevelők felelősségét nem lehet egy technológiai megoldással csökkenteni.

Mennyiben állítja a közönséget új helyzet elé az új technológia? A hagyományos kommunikációban az állam probléma nélkül állíthat térbeli és időbeli korlátokat. Az interneten azonban ez nincs így: sem térbeli, sem időbeli korlátok nincsenek, de ha a technológiailag lehetnének is, akkor sem lehetne érvényesíteni őket a más országban feltöltött információval szemben. A technológiai korlátozásnak azonban jelenleg nincs is olyan módja, amely szisztematikusan elkülöníthetné a felnőtteknek szóló tartalmat a gyermekeknek szóló tartalomtól. Arra viszont nincs mód, hogy mindenfajta szexuális tartalmat általánosan üldözzenek, hiszen az effajta tartalom a felnőttek számára nem jogellenes, sőt lehet, hogy kifejezetten hasznos, bizonyos korhatár alatt mégis nemkívánatos lehet a tanulmányozásuk (példa erre a szexuális úton terjedő vagy más betegségekről szóló tájékoztató oldalakkal való ismerkedés).

Ha a gyermekeknek nem való oldalakat száműzni akarnánk az internetről, akkor olyan netet kapnánk, amely csak a gyermekeknek kínál érdekes tartalmat, hiszen nem csupán a pornográfia nem való gyermekeknek. A valós tér felnőttvilága is olyan, amelyet ők csak korlátozottan értenek meg – éppen azért, mert gyermekek. A gyermekkoruk az a „funkciója”, hogy a gyerekek beletanuljanak a felnőttvilágba, nem pedig az, hogy megőrizze az ártatlanságukat. Amikor a gyerekekről mint társadalmi csoportról beszélnek, néha úgy tesznek, mintha annak tagjai mindörökké gyermekek maradnának: „a gyermek mint fogyasztó, a gyermek mint jogalany, a gyermek mint közönség”. Különösen a szórakoztatóipar igyekszik úgy tenni, mintha a gyermekkor lényege az lenne, hogy legalább egy rövid ártatlan és rózsaszín korszak legyen az ember életében, mielőtt szembesül a rút valósággal. Csak hogy a gyermekek számára az a hasznos, ha mielőtt elengedik a kezüket, e farkasvilág törvényeit fokozatosan megtanulják, nem pedig az, ha illúziókat építenek bennük egy nem létező gyermekvilágról. Nem lenne szabad elfelejteni, hogy a gyermekek világában az a szép, ahogyan a gyermekek látnak, nem pedig az, amit látnak. Egyes nézetek szerint a gyermek egyébként is csak annyit fog fel a világból, amennyire megérett; a többit gyakorlatilag figyelmen kívül hagyja.

Inkább az immunrendszer példáját kellene alapul venni, amely csak akkor képes megfelelően kialakulni, ha a kisgyermek szervezete találkozik a kórokozókka; ha megtanulja felismerni, képes lesz ártalmatlanítani is őket. A

hermetikusan elzárás helyett a megismerésre és a tanulásra kellene helyezni a hangsúlyt a szellemi fejlődésben is. Természetesen szó sincs arról, hogy kisgyermek horrort vagy pornót nézzen az interneten azért, hogy megismerje a felnőtt világot. Különösen a tízévesnél fiatalabb gyermekek esetében valóban indokolt lehet a váratlan hatások kizárása. De ezután csaknem ugyanannyi ideig továbbra is kiskorúként használják a netet, miközben a felnőtté váláshoz mind több ismeretre lesz szükségük a szexualitásról és az egyéb „káros” dolgokról.

A helyes internethasználat és a szörfölés közbeni eligazítás jelentős szülői és nevelői munkát igényel. Természetesen sokkal egyszerűbb egy programmal kiválogatni a gyermek számára az ehető és az ehetetlen szellemi táplálékot. Tovább nehezíti a helyzetet, hogy a felnőttek gyakran kevésbé tájékozottak a számítógép használatában, mint a gyerekek. Ezen a területen juthatna szerephez az állami oktatáspolitikának: a szülők és a tanárok felzárkóztatása lehetne az egyik prioritás a gyermekvédelem érdekében. A technológiai felzárkóztatásnál is fontosabb a szülők és a tanárok bátorítása, hiszen az interneten sem másfajta veszéllyel találkozhat a gyermek, mint amilyenekkel a való világban találkozhat. Meg kell értetni a nevelőkkel, hogy ők a kompetensek abban, hogy megtanítsák: vigyázzon magára, ne találkozzon idegenekkel, hasznos tartalmakkal töltsse az idejét, és ne károsakkal – még akkor is, ha a gyermek náluk jobban ért a számítógéphez.

A másik teendő a korlátozás mellett a gyermekeknek szóló tartalmak választékának bővítése és minőségének javítása lenne. Minél több neki szóló, kedvére való tartalmat talál a gyermek, annál kevésbé fog a felnőtteknek szóló oldalakkal foglalkozni. Még a keresztény szellemiségű családcentrikus weboldal, a *Focus on the Family* is arra hívja fel a figyelmet, hogy bár fontosak lehetnek a védelmi falak, ám ezek azonnal eltűnnek, mielőtt a gyermek elhagyja otthonát. Ezért legalább ilyen fontos, hogy a gyermek jellemét fejlesszék, és úgy neveljék, hogy megtanuljon jó döntéseket hozni ([www.pureintimacy.org](http://www.pureintimacy.org)).

Különösen azért van ez így, mert az internet aktív és szelektív fogyasztói magatartást követel, tehát a gyermek nagy valószínűséggel csak akkor találkozhat számára káros tartalommal, ha maga keresi azt. Ahhoz, hogy értékes tartalom iránt tanúsítson érdeklődést, nevelői odafigyelésre, szülői törődésre van szükség. A netpornográfia kapcsán megnyilvánuló pánik hasonlít az iskola előtt ólálkodó, és a gyermekekre kábítószert tukmáló rossz emberek mítoszához. A szülők és a nevelők szívesen hibáztatnak harmadik személyeket, ha a gyerek helytelenül viselkedik. Ők a felnőttek „mumusai”, a bűnbakok, akik elrontják a gyermekeket, akiket szüleik „csak jóra tanítottak”. Holott a gyermekek maguk tévednek a rossz útra, ha a jó utak nem tűnnek számukra vonzóknak. A szülők és a nevelők felelőssége, hogy a gyermek számára a helyes utat kedvező fényben tüntessék föl. A kormányzat legfeljebb abban lehet a segítségükre, hogy ösztönzi a gyermekeknek szóló, érdekes és hasznos oldalak létrehozását.

Kétségtelenül fontos, hogy az internetet a gyermekek számára is „lakhatóvá” tegyék. Ez elsősorban nem egy redukált világot kell, hogy jelentsen számukra, hanem a rájuk szabott élettér bővülését, amely megteremti a tanulás és a fejlődés lehetőségét. Régen a gyermekek úgy szocializálódtak, hogy segítettek a felnőtteknek a munkában, utánozva a felnőttek tevékenységét, viselkedését – ez jelentette számukra a tanulást. Nem voltak elkülönült terek a gyermekek számára, külön szobájuk sem volt – ma ezt nem tartanánk elfogadhatónak. Az internet jelenleg ebben a középkori állapotban van: a gyerekek mint tudatlan kis felnőttek igyekeznek eligazodni abban a világban, amelyet a felnőttek teremtettek a saját részükre. Ahhoz, hogy ez megváltozzon, elsősorban pozitív intézkedésekre van szükség. Ha kizárnák a gyermekeket az internetről, az aligha hozná meg a kívánt eredményt.

### **Állami és civil szerepvállalás a szűrés terén**

Lényeges, hogy a gyermek szellemi éttrendjének megválasztása a szülő feladata maradjon, és abba az állam semmilyen formában ne avatkozzon bele. Az állami beavatkozás e területen ugyanúgy alkotmányellenes, mint az alkotmányosan védett beszéd közlésének korlátozása.

A gyermekek internettől való megvédésére alkalmasnak tartott eszköz, a szűrőprogram korlátozza a véleménynyilvánítási szabadságot, mert tartalmi alapon tesz különbséget közlések között. Értékítéletet alkot, amelynek során egyes közléseket megfelelőnek, másokat nem megfelelőnek minősít. Nincs ezzel baj, amíg ez kizárólag magánpénzből, magánvállalkozások által, magánszemélyek részére, önkéntes alapon történik. De mivel alkotmányosan érzékeny területről van szó, ügyelni kellene arra, hogy állami szerepvállalás vagy közpénz ne keveredjen bele a magánszférába. Tehát ne válhasson közpénzekből támogatottá a szűrőhasználat, és semmilyen szinten se válhasson kötelezővé bármelyik fajta szűrő használata.

Az államnak nem lehet joga a szülőket felülbírálni vagy megkerülve megválasztani, hogy mi alkalmas a gyermekek számára, és mi nem. Semmilyen egyéb entitásnak nincs joga másokra kötelező döntést hozni e téren. Ez mindenekelőtt a szülő feladata, valamint azoké, akikre a szülők rábízják ezt a döntést, azaz a nevelőké, a tanároké. A szülők többsége megbízza annak az iskolának az értékítéletében, amelybe a gyermekét beírta. De az a kisebbség, amely nem így gondolkodik, tarthasson igényt arra, hogy a gyermeke számára szűrő nélkül is hozzáférést engedjenek az internethez. Az állami iskolák kötelesek lehetővé tenni a világnézetiileg semleges nevelést. A szűrés esetében ez azt jelenti, hogy a szülő kérésére kötelesek szűretlen, manipulálatlan internethozzáférést biztosítani a gyermek számára. Egyes országokban – többek között Magyarországon – az egyházak még ma is fenntartják maguknak a privilégiumot, hogy az állam diszkriminációmentes és világnézetiileg semleges politikáját magukra nézve ne ismerjék el kötelezőnek. Más országokban – például Franciaországban – nem ez a helyzet. Az állami szabályozás részleteitől függ, hogy az egyházi iskolák vagy magánkönyvtárak alkalmazhatnának-e kötelezően szűrőket.

Az amerikai Legfelsőbb Bíróság szerint nem alkotmányellenes, ha az állam megválasztja, hogy mely intézményeknek ad támogatást a közpénzekből. Ezért hatályában fenntartotta azt a törvényt (CIPA), amely az

államilag támogatott könyvtárakat és iskolákat szűrők megvásárlására kötelezi (lásd még Bayer, 2003). Ugyanakkor viszont azt is kijelentette, hogy a könyvtár nem köteles a megvásárolt szűrőket használni – tehát a szűrő használatát nem tette kötelezővé, a szűrő megvásárlását viszont igen. Ebből az következik, hogy a cél nem a gyermekek védelme volt, hanem az, hogy felvevőpiac biztosítsanak a szűrők számára. Talán nem indokolatlan azt feltételezni, hogy a szűrőket gyártó cégek sikeres érdekérvényesítése van a háttérben.

Az Alkotmányba és a versenytörvénybe ütközne, ha egyetlen magánvállalkozás terméke válna kötelezővé. Ugyanígy az előbbi normákba ütközne az is, ha valamely magánvállalkozás által előállított szűrőt a kormány közpénzekből támogatna.

A szűrés bizonyos erkölcsi szempontok szerint szelektál, ezért mindegyik szűrő magán hordozza annak a világnézetnek a lenyomatát, amelynek alapján kifejlesztették. Ha egy szűrő kifejlesztését vagy beszerzését az állam támogatja, egyúttal azt a világnézetet is támogatja, amely a károsnak tartott tartalom kiválogatásában szerepet játszott. Nem véletlen, hogy az egyházak mind aktívabb szerepet vállalnak a szűrőprogramok kifejlesztésében (*School Board Foundation Survey*).<sup>2</sup> Néhány szűrőt nyíltan a vallási morál jelszavával ajánlanak, mások csak csendben érvényesítik a vallásos szempontokat. Ezek zöme szerveralapú szűrés, azért, hogy a szűrőprogramot ki se lehessen kapcsolni. Ez leveszi a szülők válláról a szűrő telepítésének és gondozásának terhét, és nem kell aggódnuk, hogy tehetséges csemetéjük kikapcsolja a szoftvert. Nagyszerű lenne, ha minél többféle szervezet kínálna szűrést különféle, nyíltan vállalt világnézeti alapokon. Sajnos azonban a szűrőprogramok nem mindig teszik egyértelművé világnézeti elfogultságukat, és többnyire azt sem teszik közzé, hogy mely oldalakat blokkolnak. A világnézeti elfogult szűrők gyakran azokat az oldalakat is blokkolják, amelyek kritikusak az érintett világnézettel, magával a szűréssel vagy az érintett szűrővel szemben. Természetesen egymás ellen is kampányolnak, és egymás honlapját is blokkolják. Nemcsak konzervatív értékrendet valló szervezetek tesznek így: például állítólag a *CyberPatrol* nevű szűrő blokkolta a keresztény Amerikai Családok Egyesületének (*American Family Association, AFA*) weboldalát, mert az a homoszexuálisok diszkriminációját hirdeti.<sup>3</sup> (Az AFA honlapján tett látogatás valóban alátámasztotta ezt a feltételezést, de a *CyberPatrol* már nem blokkolja az oldalt.<sup>4</sup>) Mindazonáltal az elfogultság és a pártosság ilyen kavalkádjában nyilvánvaló, hogy egyetlen filter általánossá válása súlyosan befolyásolná a véleményszabadság érvényesülését az interneten.

## És mit gondolnak a szülők?

Az amerikai kormányzat érvelése jól szemlélteti a bürokratikus gondolkodásmódot. A kereskedelmi céllal pornográfiát kínálókat ügyfelek azonosítására kötelező törvény alkotmányossági felülvizsgálatának ügyében, az úgynevezett COPA-ügyben a bíróság felhívta a figyelmet arra, hogy a szűrő használata is alkalmas a kívánt cél elérésére, ugyanakkor kevésbé korlátozza a szabadságjogokat. A kormány azonban azon kételyének adott hangot, hogy a szülők és az iskolák valóban megvásárolnák-e és használnák-e a szűrőt. A bíróság természetesen nem fogadhatta el ezt a feltételezést az internet tartalmának kötelező korlátozását alátámasztó érvként, hiszen nem indulhatott ki abból, hogy ha van jobb megoldás, akkor nem fogják alkalmazni. Sajnálatos módon a bíróság elmulasztotta felhívni a figyelmet arra, hogy ha a szülők nem akarják használni a szűrőt, akkor az államnak nincs joga felülbírálni ezt a döntésüket. Az állam öröködhét a gyermekek jogainak biztosítása felett, de a gyermeknevelés szempontjainak megválasztása elsősorban a szülők feladata. Az államnak csak egyes szélsőséges esetekben van lehetősége beavatkozni, például akkor, ha megállapítja, hogy a szülő magatartása veszélyezteti a gyermek fejlődését. Ha az állam kötelezővé teszi a szűrőhasználatot, azzal mintegy azt állítja, hogy annak mellőzése bűncselekményt valósít meg (például a kiskorú veszélyeztetése bűncselekményét, Btk. 195. §).

Számos kutató végzett vizsgálatokat azzal kapcsolatban, hogy leginkább mitől féltik a szülők a gyermeküket. Leslie Haddon tanulmánya a gyermekek médiahasználatával kapcsolatos véleményeket elemezte. Ebből az derült ki, hogy a hat-kilenc éves korú gyermekek szüleit jobban aggasztják gyermekük iskolai eredményei, mint az internet által teremtett veszélyek. A nagyobb gyermekek szülei elsősorban azért aggódnak, hogy talál-e a majd munkát a gyermekük, tartanak az illegális drogok fenyegetésétől, valamint attól, hogy gyermekük bűncselekmény áldozatává válik (lásd az 1. és a 2. táblázatot).

**1. táblázat:** A szülők 6-9 éves gyermeküket veszélyeztető, aggodalomra okot adó dolgokból három közül egyet választhattak

| Aggodalom                                | %  |
|--|----|
| Az iskolai oktatás színvonala            | 46 |
| Illegális drogok jelenléte               | 43 |
| A gyermek bűncselekmény áldozatává válik | 37 |
| Megfelelő értékeket sajátít-e el         | 37 |
| Munkakilátások                           | 35 |
| Közlekedésbiztonság                      | 30 |
| Erőszak, szex, trágárság a tévében       | 26 |
| Függőséget okozó számítógépes játékok    | 7  |
| Erőszak, szex, trágárság videón          | 3  |

**2. táblázat:** A szülők 15-17 éves gyermeküket veszélyeztető, aggodalomra okot adó dolgokból három közül egyet választhattak

| Aggodalom                                | %  |
|--|----|
| Munkakilátások                           | 66 |
| Illegális drogok jelenléte               | 54 |
| A gyermek bűncselekmény áldozatává válik | 42 |
| Megfelelő értékeket sajátít-e el         | 34 |
| Az iskolai oktatás színvonala            | 30 |
| Jó társadalmi lehetőségek megléte        | 21 |
| Erőszak, szex, trágárság a tévében       | 19 |
| Erőszak, szex, trágárság videón          | 7  |
| Függőséget okozó számítógépes játékok    | 4  |

*Forrás: Livingstone & Bovill (1999), idézi Haddon (2001).*

A tanulmányból az is kiderül, hogy a szülők előnyben részesítik a problémák megbeszélését a tiltással szemben, megbíznak abban, hogy gyermekük követi intelmeiket, és engedik számára a felügyelet nélküli tévézést, telefonálást (Haddon, 2001).

Egy amerikai tanulmány a szülői aggodalom első helyén a gyermek fizikai biztonságát, majd egészségét és iskolai előmenetelét jelöli meg. Az interneten leselkedő veszélyek csak a 10. helyen szerepelnek, olyan aggodalmak mögött, mint a barátok rossz befolyása (4. hely) vagy a szociális beilleszkedés (6. hely). (Még így is eggyel megelőzik a szexuális tevékenységgel kapcsolatos aggodalmat.) A tanulmány szerint a szülők 83 százaléka elégedett gyermeke internethasználatával, ezen belül 54 százalék „nagyon elégedett”. A 6–12 éves gyerekek 76 százaléka, az idősebbek 35 százaléka arról számol be, hogy szülei jelenlétében internetezik. Az internethasználat ellenőrzöttségéről hagyományosan eltérnek a szülők és a gyermekek beszámolóit: a szülők rendre nagyobb, a gyermekek kisebb ellenőrzésről számolnak be. Az amerikai tanulmány szerint a szülők 95 százaléka úgy gondolja, tudja, milyen tartalmat látogat a gyermeke az interneten, de még a gyermekek 76 százaléka is ezt állítja. Ugyanakkor a szülőknek csak 69 százaléka gondolja azt, hogy befolyással van arra, milyen on-line tartalmakat látogat a gyermeke, és a gyermekeknek sem sokkal kisebb része, 61 százaléka állítja ezt. A szülők 81 százaléka szerint az internet hasznos a tanulásban (bővebben lásd *Corporation for Public Broadcasting, 2002*).

Ugyanakkor egy kanadai tanulmány sokkal nagyobb különbséget tár fel a szülők és a gyermekek véleménye között: a gyermekek lényegesen kisebb ellenőrzöttségről adnak számot, mint a szülők, illetve a szülők túlbecsülik tájékozottságukat a gyermekük internethasználatát illetően. A gyermekek 38 százaléka azt állítja, hogy szüleiik nagyon keveset vagy semmit sem tudnak arról, hogy milyen weboldalakat látogatnak, és csak 16 százalékuk nyilatkozott úgy, hogy szüleiik jól tájékozottak e téren. Ugyanakkor a szülők 71 százaléka úgy gondolta, hogy jól tudja, milyen oldalakat látogat a gyermeke, és csak 28 százaléka mondta, hogy keveset vagy semmit sem tud erről. A gyermekek 36 százaléka kitér a meglátogatott oldalak regisztrációjára, hogy ne lehessen nyomon követni, merre járt, és csak 22 százalékuk állította, hogy nem ismeri ennek a módját. A gyerekek 70 százaléka szerint a szüleiik keveset vagy egyáltalán nem beszélnek velük arról, hogy mit látnak az interneten, míg a szülők 78 százaléka szerint sokat, illetve eleget beszélnek erről (bővebben lásd *Media Awareness Network, 2001*).

Az Európai Unió megrendelésére készített tanulmány szerint a gyermekek 14 százaléka találkozott már olyan személlyel, akit az interneten keresztül ismert meg, holott a szülőknek csak négy százaléka feltételezte ezt. A gyermekek 30 százaléka már látott erőszakot ábrázoló anyagot az interneten, holott a szülőknek csak 15 százaléka gondolja így.<sup>5</sup>

Az amerikai weboldalakon mára elterjedté váltak azok a tájékoztató anyagok, amelyek gyerekeknek szólnak, és az internet veszélyeiről közérthető formában igyekeznek tájékoztatást nyújtani. Ezek felhívják a felhasználó (a gyermek) figyelmét arra, hogy ne adja ki személyes adatait az interneten anélkül, hogy egy felnőttet megkérdezze; hogy a weben fellelhető információ valóságos lehet; hogy az interneten megismert levelezőpartnerrel ne találkozzon felnőtt felügyelete nélkül és így tovább. Az európai uniós Biztonságosabb Internetért Akcióterv (*Safer Internet Action Plan*) kezdeményezés keretében létesített SAFT weboldal játékos kvíz formájában oktatja ki az on-line viselkedés helyes szabályaira és a netiketre (beleértve az iskolai dolgozatban való plagizálás jogellenességére való figyelmeztetést is, [www.saftonline.org](http://www.saftonline.org)). A tanácsadók azonban nemcsak a gyerekeket célozzák meg: a szülők és a nevelők számára is elérhetővé tesznek arról szóló tájékoztatókat, hogyan kezeljék a gyermek internethasználatát, hogyan segítsék azt, és mire vigyázzanak. Felhívják a figyelmet arra, hogy az internettel kapcsolatban ugyanolyan szükség van a szülői irányításra, mint az élet egyéb területein. Biztatják a szülőt, hogy üljön gyermekével a számítógép elé, beszélgessen vele a kedvenc oldalairól és a neten szerzett élményekről. A számos családcentrikus (gyakran keresztény) weboldal is a szülők felelősségét hangsúlyozza, és az értékek átadását fontosabbnak tartja, mint a technikai megoldásokat.

Egyes tájékoztatók a gyermekeket bátorítják arra, hogy kezdeményezzék szüleikkel az internetezés otthoni szabályainak megbeszélését. Minden tájékoztató anyag hangsúlyozottan ösztönzi a gyermekeket, hogy kérjék felnőtt segítségét vagy tanácsát, valahányszor zavarba ejtő dolgokkal találkoznak a neten. Ezek az információs oldalak minden bizonnyal többet segítenek a tévhitek és a félelmek eloszlatásában, mint a technológiai megoldások. A kampány legnagyobb része nyilvánvalóan olyan civil kezdeményezésből valósul meg, mint az Amerikai Iskolatanács Alapítvány (*National School Boards Foundation, www.nsb.org*). Ugyanakkor érezhető a kormányzati akarat is, például az Európai Unió SAFT projektje esetén. Az amerikai könyvtárak „házi rendjeinek” elkészítésében és közzétételében nyilvánvalóan szerepe volt az évekig elhúzódó CIPA-ügynek.

**A push-technológia és a gyermekvédelem: tartalmi helyett strukturális szabályozás**

A hagyományos elektronikus médiumok esetében a szigorúbb korlátozást részben azzal indokolták, hogy a műsor jelenléte átható, behatol a magánszférába, mintegy „ömlik” a szerkezetből.

Az efféle információáramlást Lessig *push*-típusúnak nevezte el, minden olyan terjesztési módszerrel együtt, amely a fogyasztó passzivitására, tiltakozásának hiányára épít, mint ahogyan a hálózó kereskedelem is. Ezzel szemben *pull*-típusúnak nevezte azokat a terjesztési módszereket, amelyek a fogyasztó aktív értékítéletét és cselekvését kívánják meg, mint például az automatán keresztül történő értékesítés (Lessig, 1999). Az internetes közeg általában *pull*-típusúnak minősül, mivel elvileg a felhasználó nem szembesül olyan információval, amelyet nem ő választott. Az amerikai Legfelsőbb Bíróság megsemmisítette a Kommunikációs Illemtörvénynek (*Communications Decency Act, CDA*) azon részét, amely büntetőjogi jogkövetkezménnyel fenyegette azt, aki kiskorúak számára tudatosan illetlen anyagot tesz hozzáférhetővé. Kimondta: a tartalom nem folyamatosan áramlik az internetből, hanem a felhasználónak több, egymást követő megerősítő lépést kell tennie annak lehívásához, és minden esetben rendelkezik némi előzetes információval arról, hogy milyen tartalommal fog szembesülni.

Ez a technológiai különbség azért lényeges, mert – ahogy a CDA-eset kimenetele is alátámasztja – megfosztja legitimációjától az internet tartalmának korlátozását, mondván, hogy amennyiben senki nem férhet hozzá olyan tartalomhoz, amellyel nem kíván szembesülni, akkor szükségtelen a korlátozás. A *pull*-jelleg azt is nyilvánvalóvá teszi, hogy a gyermekvédelmi szűrő nem más, mint póráz a gyermekre: nem védi, hanem korlátozza őt, amennyiben olyan tartalmat akarna megismerni, amelyet a szűrő gyártója helytelennek ítélt.

Csak hogy az interneten nem érvényesül teljes mértékben a *pull*-jelleg. Az úgynevezett felbukkanó ablakok a felhasználó számára akarától függetlenül mutatnak meg tartalmakat. Ezek kifejezetten agresszívan hatnak az egyébként engedelmes internetes közegben, és a skála a szerényen, a kép sarkában megjelenő álló reklámtól a villogó, zenélő, a képbe beúszó és becsukhatatlan, az internethasználatot ellehetetlenítő reklámokon át a pornográf ábrázolást mutató *pop-up* ablakig terjed. Az ártalmatlan reklámok is bosszantóak lehetnek, hiszen a felhasználó idejével és pénzével élnek vissza, emellett napjaink legértékesebb árujából, a figyelemből lopnak egy keveset. A felbukkanó pornográf ablak azonban joggal szítja a gyermekvédők dühét. Igaz ugyan, hogy ez többnyire csak akkor bukkan elő, ha egy másik felhasználó korábban ugyanazon a számítógépen pornográf tartalmú oldalakat látogatott. Ez azonban nyilvános internet-hozzáférést biztosító helyen vagy felnőttek által is használt otthoni számítógépen is előfordulhat. A pornográf ablak bezárása gyakran hiábavaló próbálkozás, mert a kattintásra újabb és újabb ablakok jelennek meg. A kéretlen naturalizmus még egy felnőtt számára is zavaró lehet. Különösen kellemetlen, hogy az egyre-másra megnyíló ablakok hatására rövid időn belül a rendszer is lefagyhat.

A gyermekek biztonságát a felbukkanó ablakok és hirdetések nemcsak a pornográf tartalommal veszélyeztetik. Gyakori a szoftver letöltését kínáló ablak vagy más olyan megtévesztő letöltést kínáló ablak is, amelynek – ha rákattintunk – akár anyagi következményei is lehetnek. Nevezhetnénk ezeket a *push*-tartalmakat az internet kalózainak, amelyek ellen a nemzetközi szintér összeállamának össze kellene fognia, akárcsak a középkori államoknak a kalózok ellen. Álláspontom szerint a felbukkanó ablakok elterjedése alapvetően változtatja meg az internet természetét, oly módon, hogy alapot ad a szigorúbb szabályozásra, ezért veszélyezteti az internet szabadságát, és sérti a felhasználó autonómiáját is. Mindenképpen érdemes lenne számítani az internet felszínéről. Ezt kívánom az alábbiakban alátámasztani.

A véleménynyilvánítás szabadságának lényeges elve, hogy nemcsak a kellemes, hanem a kellemetlen közléseknek, véleményeknek is helyük van. Az alkotmányos védelem a szólásokat azok érték- és igazságtartalmára tekintet nélkül is megilleti, ezért az sem lehet elég indok a tiltásukra, hogy tartalmukat sokan kifogásolják, a gyermekek számára károsnak tartják, mint ahogyan az sem, hogy a kereskedelmi célú közlés nem járul hozzá a közéleti vitához. De a szólás szabadsága a szólástól vagy a szólás meghallgatásától való tartózkodás jogát is magában foglalja. Ha valaki nem akar valamilyen információhoz hozzájutni, akkor ne lehessen erre kényszeríteni. A külvilágban általában van lehetőség arra, hogy az ember elfordítsa a szemét, vagy elmenjen arról a helyszínről, ahol nem akar tartózkodni. Amennyiben erre nincs lehetőség, úgy az a közlés, amely rabul ejt, nem élvez alkotmányos védelmet – ezért nem lehet például tömegközlekedési eszközön politikai beszédet tartani vagy zenét sugározni.

Az internet egyik alapvető előnyének tartottuk, hogy a felhasználó individuális érdeklődésének maximálisan képes eleget tenni. Az internetező nem kényszerül semminek a befogadására, és rengeteg tartalom közül választhat. Maga választja meg a közösséget, amelyhez tartozni kíván. A televízió és a rádió áramló tartalma ezt nem teszi lehetővé, viszont az azonos időben áramló azonos tartalom közösségi témát kínál. A felbukkanó ablakok szaporodása azonban úgy korlátozza a felhasználó önrendelkezési lehetőségét, hogy közben nem teremt a televízióhoz vagy a rádióhoz hasonló közösségi témát, azaz nem ellensúlyozza közösségi előnyökkel a szabadság korlátozását.

A hagyományos reklámok a fogyasztó figyelmét és idejét rabolják. Az internetes felbukkanó ablak a pénzt is, hiszen az idő vagy a letöltések száma szerint fizetett internet-hozzáférést veszi igénybe.

Sajnos a felbukkanó pornográf ablakokra adott tipikus válasz a szűrők és az egyéb gyermekvédelmi rendszerek még határozottabb követelése és terjesztése, ami ugyancsak a választási lehetőségeket csökkenti. A *push*-technológia térnyerése így kétszeresen ártalmas: a kihívásra adott válasz tovább rombolja az internet struktúráját. A technológia eredeti funkciója eltorzulásának kiküszöbölése céljából sokan a további torzításban látják a megoldást. Holott nem lenne szükség a védelemre, ha magát a támadó jelenséget küszöbölték ki.

Mivel a *push*-típusú közlések zöme kereskedelmi céllal történik, nyilvánvaló, hogy sokak gazdasági érdeke szól ezek fenntartása mellett. Ha a jogalkotó a gazdasági érdekek befolyása alá kerül, arra kell számítanunk, hogy fenntartják a *push*-típusú közlések gyakorlatát, akár a tartalmi korlátozás bevezetésének árán is. Ebben az esetben



olyan internetre számíthatunk, amelyet farsztó használni, mert állandóan be kell csukogatni a felbukkanó ablakokat, és hatósági ellenőrzésekkel próbálják tetten érni a jogellenes és a káros tartalmak feltöltését és letöltését.

A *push*-ablakok korlátozása nem lenne alkotmányellenes, mert nem tartalmi alapon tenne különbséget a közlések között. Ellenkezőleg: mások szabadságjogainak védelme érdekében hozott intézkedés lenne, amellyel a felhasználó magánéletét és önrendelkezési szabadságát védené a jogalkotó. Cserébe pedig továbbra is töretlen maradna az internet *pull*-jellege, amely indokolatlanná teszi a tartalmi alapú szóláskorlátozást.

A felbukkanó ablakoknak mindössze egy szűk rétege nem kereskedelmi célú. Egyes honlapok saját integráns részükként alkalmazzák ezt a technikát. Ezek az ablakok nem okoznak kellemetlenséget a felhasználónak – de nem is adnak különösebb többletértéket a honlapnak; bár színesítik a megjelenését, nem nélkülözhetetlenek. Kellemetlenség legfeljebb akkor érheti a felhasználót, ha védekezik a kereskedelmi célú felbukkanó ablakok ellen, s úgynevezett *no-pop-up* szoftvert használ. Ez a vírusirtóhoz hasonlóan elterjedt védekezési módszer ingyenesen is letölthető a webről, nem tesz különbséget a kereskedelmi és az egyéb célú felbukkanó ablakok között. Ha egy felhasználó ilyet alkalmaz, akkor az adott esetben szükséges felbukkanó ablakokhoz sem tud hozzáférni.<sup>6</sup> Elképzelhető olyan szabályozás, amely csak a kereskedelmi célú ablakok felbukkanását tiltaná, ez azonban már tartalmi alapon tenne közöttük különbséget. Kérdés ezért, hogy a jóindulatú felbukkanó ablakok megtartása érdekében érdemes-e alkotmányosan ingoványos területre merészkedni, ráadásul ezzel kaput nyitni a szabályok megkerülésére törekvő, burkoltan kereskedelmi célú felbukkanó közléseknek? Véleményem szerint e kockázat nem áll arányban azzal az érték többlettel, amelyet az egy honlap integráns részét képező, jóindulatú felbukkanó ablakok jelentenek.

Ezért álláspontom szerint a felbukkanó ablak ellen – tartalmától függetlenül – ugyanúgy kellene küzdeni, mint a spam ellen, mert mindkettő visszaél a hálózat lehetőségeivel. Ha nem lehet akár jogi, akár technológiai eszközökkel megfékezni ezek térnyerését, a védekezésnek nagy ára lesz: akárcsak a külvilágban, falakat kell húznunk magunk köré, ami mérhetetlen időt és költséget emészt majd fel, végsősoron pedig a saját magunk által húzott falak közé zárva találjuk magunkat. A támadó kommunikációs módszer veszélybe sodorja mindazt, amit az internet előnyének és lényegének ismertünk. Tartalmától függetlenül az internet struktúráját és alapértékeit veszélyezteti: az önrendelkezés és a választás kultúráját vonja kétségbe.

### Off-line irodalom

Bayer Judit (2003) Amerikai internetes gyermekvédelem, és a Legfelsőbb Bíróság: a CIPA ügy, újra. *Fundamentum*, 3. sz.

Bayer Judit (2005) Észak-Rajna Vesztfália esete a náci portálokkal. *Infokommunikáció és Jog*, nyár.

Bayer, Judit (2002) A filter, mint a tartalomszabályozás eszköze. *Médiakutató*, tél.

Lessig, Lawrence (1999) Hogyan szabályozzuk a szólást az Interneten? *Fundamentum* 1. sz.

Lustyik Katalin (2000) A netpornográfia és az amerikai gyermek. *Médiakutató*, ősz.

Molnár Péter (2002) *Gondolatbátorság*. Új Mandátum.

Wolfson, Nicholas (1997) *Hate speech, sex speech, free speech*. Westport: Conn. Praeger.

### On-line irodalom

Haddon, Leslie dr. (2001) Issues in Managing Children's Internet Use. A report for the European Commission Information Society DG, Information Society Technologies: Content, Multimedia Tools and Markets Management of information and content, including the Action Plan on illegal and harmful content on the Internet. 2001.06.

<http://www.saferinternet.org/downloads/Haddon.doc>

Media Awareness Network (2001) Young Canadians In A Wired World: The Students' View. Final Report. 2001.

[http://www.media-awareness.ca/english/resources/special\\_initiatives/survey\\_resources/students\\_survey/students\\_survey\\_report.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/resources/special_initiatives/survey_resources/students_survey/students_survey_report.cfm)

Corporation for Public Broadcasting (2002) Connected To The Future. A Report on Children's Internet Use, [http://www.cpb.org/pdfs/ed/resources/connected/03\\_connect\\_report.pdf](http://www.cpb.org/pdfs/ed/resources/connected/03_connect_report.pdf)

(A forrásjegyzékben és a dolgozatban található linkeket 2005. május 19-én ellenőriztem – BJ).

## Lábjegyzetek

1 Miller v. California, 413 U.S. 15 1973.

2 Szűrőkészítő és -forgalmazó cégek, például a World Christians Online ([www.worldchristian.net](http://www.worldchristian.net)), a Catholic Families Net <http://www.catholicexchange.com/>, a Network Technology: A Filter for the Whole Family <http://www.religioustolerance.org/cyberpat1.htm#aff> látogatva: 2005. május 19.

6

Van olyan internetbank, amely felbukkanó ablakban kéri a jelszót ügyfelétől, és van olyan oktatási intézmény, amely lényeges információkat kíván ily módon közölni, ezért ezen ablakok felbukkanásának megakadályozása kedvezőtlen a felhasználó számára.



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](#)

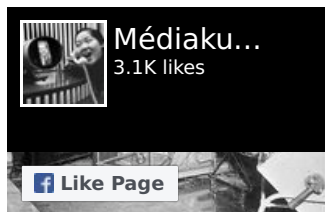
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2005 nyár

### Új média

[Dormán Emese:](#)

## Társkeresés az interneten

### Létezik-e virtuális szerelem?

**A párkapcsolatok kialakulásának megszokott helyszínei (az iskola, a munkahely, a lakóhely és a szabadidős tevékenységek színterei) mellett egyre inkább teret nyer az internet. A tavalyi év elején a magyarországi gyakori internethasználók 26 százaléka látogatott társkereső, ismerkedő oldalakat. De mit gondol az internetes társkeresésről a közvélemény: elítéli vagy elfogadja? Valóban a társadalom vesztesei-e azok, akik így próbálnak társra lelni? Létrejöhet-e egyáltalán tartós párkapcsolat az interneten keresztül? És különbözik-e egy ilyen kapcsolat bármiben is a „spontán” módon létrejött párkapcsolatoktól? Az alábbi tanulmány ezekre a kérdésekre keres választ, miközben igyekszik feltérképezni, hogy az on-line ismerkedés mely aspektusai eredményezhetnek csalódást, és miként működhet sikeresen ez a csatorna.**

### 1. Bevezetés

A média fősodra azt sugallja, hogy az emberek többsége boldogabb, mert társas kapcsolatban él, és akinek ez nem sikerült, az a kisebbséghez tartozik. Ezt az egyedül élők személyes kudarcukként élhetik meg, miközben a tudatos társkeresést (internet, újsághirdetés vagy társközvetítő iroda útján) a társadalom elítéli.

A média egy része által sugallt megközelítés több téves képzetet is takar. Egyrészt ma Magyarországon a felnőttkorú népesség közel 40 százaléka él egyedül (ideértve az elváltakat és az özvegyeket is), tehát több millióan élnek társas kapcsolat nélkül. Másrészt az, aki társas kapcsolatban él, sem feltétlenül boldogabb, mint aki nem. Neil Clark Warren klinikai pszichológus szerint az amerikai házasságok háromnegyede már létrejöttékor bajban van. A házasságok 43 százaléka 15 éven belül felbomlik, és tíz házasságban élő közül négy azt állítja, hogy nem boldog. Warren szerint ez azért van, mert a házasságok létrejötte nem mindig racionális, meggondolt döntésen alapszik (in Mulrine & Hsu, 2003). Buda Béla szerint e jelenség magyarázata egyszerű: a romantikus szerelmi kapcsolati séma nagyon erős a társadalomban, a párok kapcsolatuk során automatikusan sodródnak a házasság felé, és rejtve maradnak azok a körülmények, melyek jelezhetnék a házasság megkötése előtt, hogy a kapcsolat nem lesz jó (Buda & Szilágyi, 1974: 313-319).

Az ember magányosságának gyakran lehet az az oka, hogy a társadalomban nem találja meg a társ kapcsolat szempontjából megfelelő személyekkel való találkozás csatornáit. Nem osztom Buda Béla (Buda & Szilágyi, 1974: 313-319) azon véleményét a házasságközvetítő irodába jelentkezőkkel kapcsolatban, miszerint azok fejletlen vagy hibás személyisége hozza őket olyan helyzetbe, hogy életük bizonyos szakaszában idegen segítséggel kelljen párt keresniük.

Annak ellenére, hogy a tudatos társkeresést a társadalom elítéli (amint azt alább bővebben is kifejtem), mégis sok ember – a magyarországi gyakori internethasználók 26 százaléka – látogat ma társkereső site-okat az NRC 2004. első félévi kutatása szerint. Hallani on-line kialakult sikeres, tartós párkapcsolatokról, de sikertelen próbálkozásokról is, valamint félelmekről, miszerint az internet anonimitása kockázatos, nem tudni, ki mond igazat és ki nem, így csalódások érhetik az embert.

Ebben a témában igen figyelemre méltóak Kathelyn McKenna és kutatótársainak kísérleti eredményei (McKenna, 2002: 9-31). Szerintük

(1) akik jobban ki tudták magukat fejezni on-line, inkább alakítottak ki közeli társ kapcsolatokat ezen a csatornán keresztül;

(2) az interneten létrejött kapcsolatok tartósabbnak mutatkoztak: a kísérleti személyeket két év múlva felkeresték, és 71 százalékuk még kapcsolatban volt egymással, mialatt a nem interneten ismerkedett kísérleti személyek kapcsolatai két év múltán csak 55 százalékban maradtak fent;

(3) az eredetileg interneten kialakult kapcsolatok résztvevői a későbbiekben sokkal jobban kedvelték egymást, mintha először személyesen találkoztak volna. Sőt, az egymással csak személyesen találkozó kísérleti személyeknél is magasabb tetszési indexet mutattak.

McKenna szerint az interneten létrejött barátságok és társkapcsolatok sokkal könnyebben alakulnak ki, és sokkal gyorsabban fejlődnek a hagyományos kapcsolatoknál. Az általában jelenlévő gátló tényezők (például a fizikai megjelenés, az egyéb stigmák) hiánya és az anonimitás miatt megnő az önfeltárulkozás mindkét irányban, és ez az intimitás érzését keltheti. Ez még párosulhat hasonló érdeklődési körrel is (hiszen a weboldalak szűrőfunkcióival e szempont szerint is lehet válogatni), de akár enélkül is gyorsabban fejlődik a kapcsolat.

Vizsgálódásaimat 17 olyan emberrel készített mélyinterjúkra alapoztam, akik zöme próbálkozott már on-line társkereséssel, valamint készítettem két interjút társkereső site üzemeltetőivel. Magam is összeállítottam egy kérdéssort, melyet a TNS Hungary egy 1500 fős reprezentatív mintán kérdezett le, így támogatván kutatásomat. Végül a TÁRKI által felvett adatokat is vizsgáltam, amelyeket a WIP keretében (lásd alább) gyűjtött.<sup>1</sup>

Bemutatom, hogy a mai magyar társadalom miképpen ítéli meg a tudatos társkeresést, valamint, hogy az internethasználók mennyire nyílnak meg on-line és mennyire tartják az internetet hatékony közegnek az ismerkedésre. Mélyinterjúk alapján leírom, miben különbözik a társas kapcsolatok internet útján való létrejötte a párkapcsolatok hagyományos kialakulásától. Szociálpszichológiai elméletekbe illeszttem a feltárt különbségeket két fő csapásirány mentén: mely attribúciók adhatnak okot a félreértelmezésre, és vezethetnek a „virtuális szerelem” téves attribúciójához, illetve mely jellemzők hatnak a „valódi vonzalmak” irányában – növelve egy tartós társkapcsolat esélyét.

## 2. Attitűdök a társkeresési hirdetésekkel, társközvetítéssel kapcsolatosan

Ahhoz, hogy valaki akár on-line, akár hagyományos módon próbálkozzon a tudatos társkereséssel, fel kell ismernie saját társtalálási lehetőségeinek esetleges korlátozottságát, és meg kell küzdenie saját előítéleteivel és gátlásaival. Egy reprezentatív kutatás segítségével az vizsgáltam, hogy a társadalom hogyan ítéli meg a tudatos társkeresés különböző formáit. Egy következő fejezetben pedig az is kiderül: azok többsége is élt előítéletekkel, akik kipróbálták a tudatos társkeresést, de saját tapasztalatuk során vélekedésük megváltozott.

A TNS Hungary nagy segítséget nyújtott a kutatásaimhoz, mivel egy 1500 fős reprezentatív mintán lekérdezte kérdéseimet. A minta kétlépcsős rétegzett kiválasztással készült.

A megkérdezetteknek attitűdjellegű állításokat kellett értékelniük az internetes és a hagyományos (újsághirdetéses, társkereső irodás) társkereséssel kapcsolatban. Egy 5 fokú skála segítségével fejezték ki az egyetértésüket, ahol az 5-ös érték jelentette az állítással való teljes egyetértést, az 1-es pedig a teljes elutasítást.

Az állítások a következők voltak:

- „Azok használják, akik a valós világban nem képesek kapcsolatot teremteni.”
- „Én semmiképpen nem próbálnék ily módon a társkereséssel.”
- „Nem alakulhat ki ily módon spontán szerelem.”
- „Szégyellném, ha kitudódna.”
- „Nem lenne olyan a hirdetők között, aki az elvárásaimnak megfelelne.”
- „Kockázatos, mert sok a szélhámos.”
- „Egyre inkább el fog terjedni.”
- „A közvélemény elítéli.”

Az összes megkérdezettre vonatkozó átlagok az 1. ábrán láthatóak.



*Forrás: TNS Omni 2004, 10-15 hét, Bázis: minden megkérdezett, n=1500, \*szign. diff. 95%-on*

## 6. ábra: Az internetes és a hagyományos társkeresés

Az adatok azt mutatták, hogy a megkérdezettek általában inkább az internetes társkeresést ítélték el. Az összes megkérdezettet nézve azonban 95 százalékos szinten<sup>2</sup> szignifikáns eltérést csak négy állításnál találtam páros T-tesztrel. A megkérdezettek szerint „igazi szerelem kevésbé alakulhat ki interneten”, és ez sokkal „kockázatosabb” is, mint a hagyományos társkeresési módszerek. Az internetes társkeresést kevésbé találták „jó módszernek a partner megtalálásához”, mint a hagyományos módszereket. Ezenkívül úgy gondolták, hogy „egyre inkább el fog terjedni” az internetes társkeresés.

A TNS adatainak főkomponens-vizsgálata<sup>3</sup> alapján elmondható, hogy a társkereséssel kapcsolatban kialakított véleményeknek két fő összetevőjük van, és ezek tartalma azonos mind a hagyományos, mind az internetes társkeresés megítélésében. Az egyik személyesebb jellegű, elsősorban a saját (hipotetikus) érintettségéből fakadó idegenkedést, félelmeket fejezi ki („nem próbálnék, szégyelleném, ha kitudódna, nem alakulhat ki igazi szerelem”). A másik – kissé ambivalens – összetevő szerint az adott módszer el fog terjedni és jó módszer, még ha (különösen az internet esetében) vannak is kockázatos elemei.

Ez a két szemléletmód nem zárja ki egymást, egymástól függetlenül fogadhatja vagy utasíthatja el őket valaki, ami azt tükrözi, hogy az emberek gondolkodásában egyszerre van jelen általában a társkereséssel szembeni

bizalmatlanság, a személyes elutasítás és az e módszerek esetleges hatékonyságába vetett pragmatikus bizalom, gyakorlati elismerés. Ugyanakkor a vélemények nem elsősorban a módszerhez kötődnek, hanem magához a társkereséshez: akik elfogadják az egyik módszert, azok többnyire elfogadják a másikat is, és ugyanez érvényes az idegenkedőkre is. A két módszer hasonló megítélése különösen a személyes elutasítás esetében szembevetendő (lásd a 2a. ábrát), de hatékonyságuk megítélése is erősen összefügg.



### **2a. ábra:** A hagyományos és az internetes társkeresés elutasítása

Az internet és a hagyományos módszer megítélésében mutatkozó szociodemográfiai sajátosságok alapvető hasonlósága mellett jellemző eltérések is megfigyelhetők. Ezek a különbségek sokszor egymást keresztező társadalmi hatásokat fejeznek ki, és elsősorban a hatékonyság megítélésében jelentkeznek. Általánosságban elmondható, hogy a férfiak, a fiatalabbak és a képzettebbek kevésbé elutasítóak, ugyanakkor az egyes módszerek hatékonyságának elismerése leginkább a kortól függ: a fiatalabbak az internetes, az idősebbek a hagyományos eljárásban bíznak jobban. A sikerességben való bizalom függ a „rászorultságtól” és a hozzáféréstől is: az egyedülállók, a vidéken élők és az internethez hozzáférők körében nagyobb az elismertség. Ennek megfelelően a még nem házasok az internetet, az elváltak a hagyományos módszert részesítik előnyben. Az ambivalens hozzáállás vidéken erősebb, itt nagyobb az elutasítás, de ugyanakkor nagyobb az elterjedésben és az alkalmazhatóságban való hit is.



### **2b. ábra:** A hagyományos és az internetes társkeresés hatékonyságának elismerése

## **3. A magyarországi internethasználók attitűdjei**

Mivel az internetet még nem a teljes népesség használja Magyarországon, úgy gondolom, fontos tudnunk, hogy tulajdonképpen kik azok, akik közül az on-line társkeresők kikerülnek, hogyan változik a számuk évről évre, és változnak-e attitűdjeik az interneten keresztüli ismerkedéssel és kommunikációval kapcsolatban.

### **3.1. A kutatás módszertana**

Az internethasználók jellemzésére a WIP<sup>4</sup> adatait használtam fel. Az adatfelvétel 2001-ben, 2002-ben és 2003-ban történt. A minta többlépcsős, arányosan rétegzett kiválasztással készült, és a három év során a mintaelemszámok rendre a következők voltak: 5032, 3763, 4241.

### **3.2. Az internetezők főbb demográfiai jellemzői**

Évről évre nagymértékben növekedett az internethasználók száma: 2003-ra már 25 százalékot tett ki az összes megkérdezettet tekintve. Ez az arány a 14–20 éves korosztályban a 75 százalékos használatot is elérte, miközben 2002-ben még e korosztály kétharmada, 2001-ben pedig csak a fele internetezett. A 14–30 éveseket együtt vizsgálva a korosztály internethasználata a 2001-ben mért 37,7 százalékról 2003-ra 51,1 százalékra ugrott, azaz a társkereső oldalak legfőbb célközönsége, a 30 éves vagy annál fiatalabb korosztály már valamivel több, mint fele használta az internetet (lásd a 3. ábrát).



*Forrás: TÁRKI WIP adatfelvétel, Bázis: összes megkérdezett*

### **3. ábra:** A magyarországi internetezők kor szerinti megoszlása

Az internethasználók körében a férfiak minden évben szignifikánsan többen voltak, mint a nők (lásd a 4. ábrát).



*Forrás: TÁRKI WIP adatfelvétel, Bázis: összes megkérdezett*

### **4. ábra:** A magyarországi internetezők településtípus szerinti megoszlása

A településtípusokat nézve az mondható el, hogy a település nagyságával nőtt a használat mértéke is. Emellett Budapest eredendő túlsúlya még inkább kitűnt a három év során, és így az egyes településtípusok internethasználata nem nivellálódott (lásd az 5. ábrát).



*Forrás: TÁRKI WIP adatfelvétel, Bázis: összes megkérdezett*

### **5. ábra:** A magyarországi internetezők nem szerinti megoszlása

## **3.3. Az internetezők attitűdjei**

A WIP-kérdőívből számomra az interneten való ismerkedési lehetőségekkel kapcsolatos attitűdök voltak érdekesek, mert feltételeztem, hogy a fiatalabb generáció ismerkedési kultúrájába ez a csatorna egyre inkább beletartozik, és



hog az internet teremtette ismerkedési lehetőségeket évről évre egyre pozitívabban fogják megítélni.

A válaszadóknak egy 5 fokú skála segítségével – ahol az 5-ös érték jelentette a legnagyobb egyetértést, és az 1-es a legkisebbet – kellett arra a kérdésre válaszolniuk, hogy az interneten kitarulkozzak-e magánügyekben, mint személyesen, és hogy az interneten könnyebb-e ismerkedniük, mint személyesen. A kitarulkozásra való hajlandósággal kapcsolatosan a három évben a következő elég alacsony átlagokat kaptam: 1,67, 1,72, 1,67, ami azt jelzi, hogy a válaszadók nem igazán kitarulkoznak az interneten magánügyekben. Az ismerkedés könnyűségére vonatkozóan 2,74, 2,71 és 2,68-as átlagok születtek rendre a három év során, ami az állítással való közepesenél kicsit erősebb egyetértést mutat. A két kérdés esetén kapott átlagok a várttal szemben nem mutattak évről évre szignifikáns növekedést, azaz 95 százalékos valószínűséggel állítható, hogy az e két kérdésre adott válaszok átlagai nem változtak a három év során.

Ezen átlagokat tovább bontva viszont érdekes eredményeket kaptam. Az életkor függvényében vizsgálva az átlagokat elmondható, hogy a fiatalabb korosztályok minden évben rendre magasabb skálaértékeket adtak ezeknél a kérdéseknél, mint az idősebbek (lásd a 6. ábrát).

Kitárulkozás az interneten: a 14–20 évesek értékelése minden évben szignifikánsan magasabb volt a többi korosztály értékelésénél: ők az 5-ös skálán legalább 2-est jelöltek átlagosan, míg az idősebbek csoportjának skálaátlagai ennél jóval alacsonyabbak voltak. A 21–25 évesek hasonlóan vélekedtek, mint a 26–30 évesek, a 31–40 évesekről pedig az mondható, hogy a 14–25-ös korosztályhoz képest adtak szignifikánsan alacsonyabb skálaértékeket. Évről évre hasonló eredmények mutatkoztak, és minél fiatalabbak voltak a válaszadók, annál kitarulkozzák voltak a neten, azaz rendre inkább egyetértettek ezzel az állítással, mint az idősebbek (lásd a 6. ábrát).



*Forrás: TÁRKI WIP adatfelvétel, Bázis: internethasználók*

#### **6. ábra:** Az interneten keresztül könnyebb kitarulkozni, mint személyesen

Ismerkedés az interneten: látható, hogy a legfiatalabb válaszadók minden idősebb korcsoportú válaszadónál inkább egyetértettek azzal az állítással, hogy a neten könnyebb ismerkedni, mint személyesen. Itt a 14–20 éves korcsoport véleménye nagyban megegyezett a 21–25 éves korcsoportéval, viszont ez a két korcsoport szignifikánsan különbözött minden évben az idősebbektől, azaz évről évre jobban egyetértettek a fiatalabbak ezzel az állítással, mint az idősebbek (lásd a 7. ábrát).



*Forrás: TÁRKI WIP adatfelvétel, Bázis: internethasználók*

#### **7. ábra:** Az interneten keresztül könnyebb ismerkedni, mint személyesen

A férfiak által adott értékek mind a három év során rendre magasabbak voltak a nőkéknél, de egyik évben sem volt statisztikailag szignifikánsnak mondható a különbség.

Érdekes lett volna megtudni, hogy az egyedülállók és a társas kapcsolatban élők véleménye különbözik-e, mert feltételeztem, hogy az egyedülállók pozitívabb attitűdöket mutatnak. Azonban a WIP-kérdőív egyetlen kérdése sem irányult a megkérdezett családi állapotára, így sajnos nem tudtam e kategória szerint vizsgálni.

## **4. A társkereső oldalak bemutatása**

### **4.1. Internetes társkereső oldalak**

**Kutatásom szempontjából a legfontosabb internetes környezetet a kifejezetten társkeresési funkcióval rendelkező weboldalak jelentették.**

A hagyományos társkereső irodák is létrehozta ilyen oldalakat maguknak, hogy fel tudják venni a versenyt a piacot egyre inkább átvevő weboldalakkal. Az on-line társkereső oldalak némelyike pedig egyre inkább hasonlít a régi módú társkereső irodákhoz: összejöveteleket, kirándulásokat szervez.

A potenciális társ könnyebb megtalálása érdekében speciális oldalakat is kifejlesztettek érdeklődési kör, szubkultúra, származás, vallás, szexuális orientáció szerint is. Ilyenek például a [MuslimSingles.com](http://MuslimSingles.com), a [ChristianSingles.com](http://ChristianSingles.com), a [JDate.com](http://JDate.com), a [gaydar.co.uk](http://gaydar.co.uk), a [VeggieDate.com](http://VeggieDate.com), a [lovemelovemypets.com](http://lovemelovemypets.com), illetve Magyarországon a [melegrandi.hu](http://melegrandi.hu).

Egyedülálló kezdeményezés a [Friendster.com](http://Friendster.com), amely Milgram úgynevezett hatfokozatú (6 *degrees*) modelljén alapszik: ide belépni csak ismerős meghívásával lehet, a tagok itt az igazi nevükön regisztrálnak, és a más emberekkel való kapcsolatfelvétel valós referenciákon alapul. Megalkotója éppen az anonimitást akarta elkerülni (Durbin, 2003), hiszen az interneten bárkinek kiadhatja magát az ember.<sup>5</sup>

### **4.2. A társkeresési oldalak főbb funkciói, lehetőségei**

Bemutatkozásunkhoz a társkereső oldalak számtalan lehetőséget adnak. Felhasználónevet találhatunk ki, fényképet tölthetünk fel, kérdésekre válaszolva jellemezhetjük magunkat, de szabadon választott szöveget is

közzétehetünk. Sok weboldal a találati arány növelése érdekében alcsoportokba sorolja a tagjait, miszerint valaki alkalmi vagy komoly kapcsolatot, barátot vagy levelezőpartnert keres-e. A szexuális irányultság alapján is külön csoportokat hoznak létre. Keresőmotor segítségével rákereshetünk más regisztráltakra bizonyos kategóriák vagy kulcsszavak alapján. Egyes oldalakon pszichológiai tesztet kell kitöltenünk, amely alapján a rendszer összehoz olyanokkal, aki teszteredménye egy potenciális sikeres párosítást eredményezhet – ilyen például az [eHarmony.com](http://eHarmony.com) vagy az [Emode.com](http://Emode.com).

A kedvenc ismerősöket be lehet jelölni, a kellemetlen levelezőpartnereket le is tilthatjuk. Láthatjuk, kivel állunk kapcsolatban (ki nézte meg a bejelentkezőlapunkat, ki írt nekünk, kinek írtunk mi, kivel chat-eltünk, és másoknak hány olvasott vagy olvasatlan levelük van). Láthatjuk, ki mikor jelentkezett be először, jelzi a rendszer, ha valaki éppen on-line van, vagy megtudhatjuk, mikor volt valaki utoljára bejelentkezve.

Az internethasználók demográfiai jellemzőiből következően az ilyen oldalak felhasználói Magyarországon általában kétharmad részben férfiak és egyharmad részben nők.

Egy magyarországi oldalt érdemes itt külön megemlítenem: a [parvaro.hu](http://parvaro.hu)-t, amelyet egy társkereső szolgálat üzemeltet. Itt vizuálisan is megjelenítődnek a házassági piac vélt vagy valós kínálati-keresleti vetületei.<sup>6</sup>

## 5. Kapcsolatok kialakulása

Célom e helyen annak bemutatása, hogy miben különbözik egy kapcsolat „spontán” létrejötte annak internetes kialakulásától, amit az irodalomból ismert elméletek és interjúalanyaim véleményei alapján próbálok leírni.

### 5.1. A megkérdezettek köre

Kutatásom során 17 mélyinterjút készítettem. Mivel olyan interjúalanyokra volt szükségem, akik köztudottan az interneten keresztül ismerkedtek meg, ezért leginkább ismerőseim révén jutottam el hozzájuk. Így sajnos nem mondható el, hogy válaszadóim az on-line ismerkedők teljességét képviselik, viszont lényeges összefüggésekre az általuk elmondottak is rávilágítanak.

Interjúalanyaim között vegyesen voltak férfiak és nők, egyesek sikeresen találtak párt on-line társkereső oldalon, mások nem. Egy kivételével az összes válaszadó próbálkozott már on-line társkereséssel, de akadt olyan is, aki az internetes társkeresés mellett a hirdetéses, illetve a társkereső irodás módszert is kipróbálta. Volt olyan, aki nem régóta és ritkán használta az internetet, és volt, aki már több éve és elég gyakran kapcsolódott a hálóra a társkeresés mellett más céllal is – például on-line közösségek tagjaként. Egyesek csak pár hétig látogatták a társkereső oldalakat, mások hónapokig, évekig. Megkérdezetteim között házas, élettársi közösségben élő, egyedülálló, illetve homoszexuális is szerepelt. Válaszóim egy kivétellel budapestiek voltak, életkoruk 24–40 év között mozgott, és egy kivétellel mindegyikük felsőfokú végzettséggel rendelkezett.

Az előző fejezetben bemutatott WIP-adatok eredményei alapján úgy gondolom, hogy mélyinterjúim során lefedtem azt a korcsoportot, amely tagjainak motivációja és attitűdjei hasonlóak lehetnek az internethasználat és az on-line kapcsolatok szempontjából.

### 5.2. Az internetes társkeresés előnye és hátránya

Mivel a kommunikációt nem gátolják a tér és az idő korlátai, ezért megnő a kapcsolódási pontok száma: a földrajzi határok eltűnnek, a kapcsolatba lépés nincs időhöz kötve, az ember a nap bármely szakában megnézheti a leveleit, ugyanakkor a saját bejelentkezőlapját mások a nap 24 órájában elérhetik, függetlenül attól, hogy mikor van ideje bejelentkezni.

Az időtényezőt más szempontból is említették, mint az internetes módszer egyik előnyét: annak tudása, hogy a másik is társat keres, jelentős időmegtakarítást jelent, „a felesleges körök elkerülhetőek”.

Az interneten a tér érzékelésének hiánya hátrányként is jelentkezhet: a későbbi kapcsolattartást nehezítheti meg, ha nem a lakóhelyünkhöz közel élővel vagy történetesen külföldiekkel kerülünk kapcsolatba, azonban ez tudatos szűréssel irányítható.

Az internet másik előnyének a bejelentkezettek számát tartották: rengeteg emberből lehet válogatni, és különböző szempontok alapján lehet szűrni, míg például a hagyományos keresésnél ez nem lehetséges:

„Márcsak a sokaság miatt is sok épkézláb ember lehet ott.”

„Az irodával szemben bizalmatlan voltam, mert azt gondoltam, nehéz kiszűrni, hogy valaki azért van ott, mert esélytelen, és így próbálja magát eladni, vagy mert lehetősége nincs az ismerkedésre. Ez az interneten jobban kiderül.”

„Egy újsághirdetésnél minden hirdetést el kell olvasni, hogy kialakuljon valami képed, itt viszont a potenciálisakra szűrsz, ez így hatékonyabb.”

David Brooks (Brooks, 2003) szerint a szűrés egyik mellékhatása, hogy felgyorsítja a társadalmi rétegződést. A magasan képzettek szerint könnyebben megtanulják a szűrési funkciókat használni, és ezért hatékonyabban tudják egymást megtalálni.

Egy megkérdezett szerint a fiatalabb korosztálynál szempont lehet az is, hogy minden kapcsolatfelvétel a szülők

tudta nélkül történhet, ami számukra fontos tényező. Ugyanakkor on-line választásnál nincs társas környezet, amely megerősít vagy rosszall, ez – az orientáció hiánya miatt – főleg a fiataloknál lehet hátrány.

Voltak, akik azt emelték ki, hogy az ember kezében van az irányítás, eldöntheti, hogy milyen adatot akar magáról megadni, bármikor megváltoztathatja a bejelentkezőlapját, az ember aktív lehet, keresgélhet, szűrhet, és nem csupán a válaszlevelekre várhat. Az anonimitást szintén előnyként értékelték: míg a hagyományos módról úgy tartják, hogy az ember jobban felismerhető, itt ez kevésbé valószínű, és nem kell felvállalnia az arcát egy irodában vagy hirdetésfelvétel-helyen sem. Nem érzi magát kiszolgáltatottnak, nem függ egy harmadik személy hozzáértésétől, hogy vajon jó képet alakít-e ki, és jól társít-e mással. A társkereső irodában felvett pszichológiai tesztek alapján való párosítás valószínűleg jól működhet elméletben, de a harmadik fél közreműködése, még ha az segítő szándékú is, az embereket elriasztja, mert magánügynek tekintik a párkeresést. Az internetet ezzel szemben sokkal személyesebbnek tartották. Egy megkérdezett szerint az internetes társkeresés „a magánélet és a nyilvánosság között helyezkedik el”.

Az internet további előnye, hogy sokkal több információ jeleníthető meg a felületén, míg egy újsághirdetésben csupán néhány szó áll az ember rendelkezésére a figyelem felkeltésére.

Hátrányként a megkérdezettek azt emelték ki, hogy az ember nem győződhet meg az adatok hitelességéről. Egyesek szerint hátrányt jelent a bejelentkezettek magas száma, ami a bőség zavarát eredményezheti: az ember egy hétre előre megtervezheti a randevút. Így a társkeresés az álláskereséshez kezd hasonlítani: másnap mindig ott egy új lehetőség. Továbbá sok olyan bejelentkezett is van, aki nagyon kétségbeesett, utolsó esélyként tekint erre a lehetőségre, és ilyen emberekkel nem kellemes kapcsolatba kerülni. Néhányan említették, hogy lassabban lehet a másik felet megismerni, mert csak egyoldalú (írott) információk állnak ehhez rendelkezésre: a levélben tárgyalt témák és az önjellemzés alapján téves kép is kialakulhat a másiktól. Attól, hogy az írott szöveg vonzó, a valós személy nem biztos, hogy az: „kémiailag nem biztos, hogy bejön az illető, hiába jó a pedigréje papíron”.

A hagyományos társkeresést sokkal körülményesebb, lassabb módszernek tartották: el kell menni valahova hirdetést feladni vagy valakivel elbeszélgetni, esetleg pszichológiai tesztet kitölteni, pénzbe is kerül, a jelige miatt közvetetten lehet csak kapcsolatba lépni. A nagyobb energiabefektetés miatt a megkérdezettek azt gondolták, hogy ezt azok veszik igénybe, akik már nagyon elkeseredettek, mert csak nekik éri meg a plusz befektetés. Az internet interaktivitása révén viszont sokkal gyorsabb a kapcsolatba lépés, és a belépési korlát is alacsonyabb: „itt semmi vesztéssel jár a lépés, az embernek”.

### **5.3. Az internetes társkeresőkbe regisztráltak típusai**

Kíváncsi voltam arra, hogy a megkérdezettek a saját tapasztalataik alapján hogyan jellemeznék a társkereső oldalak használóit.

Saját magukat kivétel nélkül abba a kategóriába sorolták be, akinek nincsen lehetősége új ismeretségeket szerezni, saját baráti körük úgymond bezárult, már nem iskolás korúak, és a munkahelyükön sem tudnak ismerkedni, a szórakozóhelyeken pedig nem jártak sikerrel. Ennek a típusnak egy alkategóriája lehet az, aki hosszú távú kapcsolat után vált izolálttá.

Ehhez közelálló kategóriát alkotnak azok, akiknek nincs idejük, és az internetes társkeresés azontúl, hogy olyan időpontban is végezhető, amikor az ember általában nem jár szórakozóhelyre, még azzal az előnnyel is jár, hogy gyorsabb, és a „felesleges körök elkerülhetőek, mert nem kell azután puhatolózni, hogy a másik is egyedülálló-e, vagy sem, mivel nyilvánvaló, hogy miért van itt”.

Említettek csalódott, megkeseredett embereket, akik vagy régóta egyedül vannak, vagy nem régen léptek ki egy kapcsolatból. Gyakran nem készek még az új kapcsolatra, de egyedüllétük oldására bejelentkeznek.

Többen említették, hogy nagy arányban fordulnak elő olyanok, akik saját kapcsolatuk mellett külső kapcsolatot keresnek. Ezt tehetik nyíltan vagy burkoltan. Érdekes lenne megvizsgálni, hogy az internet növeli-e a külső kapcsolatok számát, vagy pedig azok az internet nélkül is létrejönnek, legfeljebb más módon. David Brooks (2003) szerint az on-line társkeresőkbe regisztráltak legalább egyötöde házasságban élő férfi.

Az internet kifejezetten jó csatorna a társtaláláshoz azoknak, akiknek a szexuális orientációja társadalmilag nem elfogadott. A talalkahely.hu üzemeltetői szerint ebből adódóan felülreprezentált az alternatív szexualitás ezeken az oldalakon.

Vannak olyanok, akiknek a való életben nehézségeik vannak a kapcsolatteremtéssel és a társkapcsolatokkal általában. Egy részük azért küzd ilyen problémákkal, mert külsőleg nem megnyerő, és reméli, hogy a neten elsőként a belső értékeire derül fény, ami vonzóbbá teheti majd őt. Egy másik típusba az introvertáltak tartoznak.

Feltételezhető, hogy ha on-line közösség tagja valaki, könnyebben jut el a társkereső oldalakhoz is. Számukra alacsonyabb a belépési korlát, és kevésbé explicit a céljuk: nem feltétlenül kutatnak komoly társ után, csupán szórakozni, társalogni akarnak. Abban az esetben sem jelentkezik ki utólag, ha közben társra talál. Visszajárnak társalogni, számukra a közösség a fontos.

Megkérdezetteim szerint kevesen vannak olyanok, akik csak játékból jelentkeznek be, nem komoly céllal, esetleg másnak adják ki magukat, és szórakozásként csevegnek. Ők feltehetően a fiatalabb korosztály tagjai, és valós életbeli csínytevés helyett az interneten élnek ki ez irányú hajlamaikat.

A használók egyik csoportját esetleg az vonzza, hogy nincs feltétlenül elköteleződés, mivel nem akarnak érzelmileg

belebonyolódni egy kapcsolatba. Sokan beszámoltak a „sorozatrandizó” kategóriájáról, akinek célja a mennyiség, azaz hogy gyakran randevúzzon, és ezáltal növekedjék az önértékelése.

Létezik a romantikusok kategóriája is, akik a „virtuális szerelmet” keresik, túlértékelik az internet lehetőségeit, sokat és hosszan leveleznek. Ők sokszor csalódhatnak a személyes találkozáskor. Érdekes volt azt hallani egy válaszadótól, hogy ha valaki sokat akar levelezni vele, nem tudja eldönteni: az illető vajon csak „szórakozik”-e vele vagy sem. A sok e-mail a másik félben akár bizalmatlanságot is kelthet.

Sokak szerint vannak olyanok is, akik csupán szexuális kapcsolatot keresnek. E hirdetőik egy részét a prostitúció reklámozásának tiltása vonzza az ilyen oldalakra. Az üzemeltetők figyelik, ha egy időben egy helyről több ilyen témájú hirdetés kerül fel az oldalukra, és rendszeresen törlik azokat.

Mások csak „lelki társat” keresnek, önértékelésük erősítését várják.

Elsőre többnyire nem nyilvánvaló, hogy ki melyik hirdetői kategóriába tartozik. Interjúalanyaim szerint azonban egy idő után szert lehet tenni egyfajta rutinra, amivel az ember később már jól tud orientálódni.

#### **5.4. Forgatókönyv**

Az internetes kapcsolatfelvétel utáni első személyes találkozás forgatókönyve több aspektusban is különbözik a „spontán” kapcsolatba kerülés forgatókönyvétől.

Először is, a két ember úgy találkozik, hogy tisztában vannak egymás szerepével és motivációjával: nyilvánvaló, hogy mindketten egyedül vannak, és társra vágnak. A tudatos társkeresést ellenzők az ilyen módszer direkt volta miatt idegenkedtek leginkább. A „felesleges körök hiánya” a flörtölés, az udvarlás hiányát is jelenti, amikor az ember csak „kóstolgatja a másikat”, amikor még nem egyértelműek a lépések. „Lehet, hogy ha ugyanazt az embert egy társaság tagjaként ismerném meg, sokkal pozitívabb benyomást tenne rám” - mondta egy régóta on-line kereső férfi. Az internetet támogatók szerint azonban a világháló más, újfajta izgalmakat ad hozzá a kapcsolatok kialakulásához, ami akár egy másfajta flörtölésnek is tekinthető: „Van varázsa annak, hogy nem tudod, kivel levelezel, és pozitívak a várakozásaid.”

Az első találkozásnál a felek még nem tudják, hogy következik-e folytatás, és a flörtöt és a spontaneitást hiánylókkal szemben az internet mellett voksolók ezt a fázist hozták fel további ellenérvként. Megkérdezetteim eddig a momentumig tekintették a leginkább eltérőnek az internetes ismerkedést, azonban úgy ítélték meg, hogy a kapcsolat további fejlődése már semmiben sem különbözik a spontán kapcsolatoktól: „az internet nem a vonzalom kialakulásához, hanem a találkozáshoz segít hozzá”.

Voltak olyan on-line keresők, akik negatívumként említették az első találkozás tervezettségét, feladatjellegét egyfajta vizsgahelyzetnek tekintették:

„Mindenki csodát vár az első találkozástól. Míg egy kávézóban való találkozásnál hagysz időt annak eldöntésére, hogy akarod-e a kapcsolat folytatását vagy sem, itt mindenki azonnal akar dönteni.”

További hátrány, hogy nem lehet a másikat előzetesen megfigyelni a maga természetes valójában. Volt, aki szerint téves az az elképzelés, hogy a „tervezett randevú”-n nem lehet a hódító férfi és meghódított nő szerepét eljátszani, mivel itt is szükség van ezekre a szerepekre, és sokkal nehezebb a feladat.

Ellentétben az on-line ismerkedés negatívumainál említettekkel, ahol egyesek a megtudható információk egysíkúsága miatt panaszkodtak, mások épp azt emelték ki, hogy egymás megismerése és az egymáshoz való közel kerülés sokkal gyorsabban történik, mint általában. Mire a személyes találkozásra sor kerül, addigra már számos témáról szó esett írásban, és a partnerek úgy érzik, sokkal közelebb állnak a másikhoz már a találkozás előtt is. (Ez vezethet a következőkben leírt téves attribúciókhoz is.) Voltak, akik két síkon működő kommunikációról számoltak be az említettek miatt, és szükség volt egy kis időre, amíg az a két sík találkozhatott, azonban ez is egyfajta izgalmat kölcsönzött a kapcsolatnak.

A sok előzetes e-mail és telefonhívás miatt téves kép is kialakulhat a másikról, ami később, a személyes találkozáskor csalódást okozhat, és esetleg emiatt egy idő után néhányan felhagynak a társkereséssel. Ezért hátrányként említették azt, hogy az ilyen keresés kitartást kíván, és hasonló okból sokan a korai randevú mellett voksoltak. Nem akarták feleslegesen az idejüket hetekig tartó e-mailezéssel tölteni, és igyekeztek mihamarabb eldönteni, hogy a kezdődő kapcsolat életképes lehet-e.

Az első személyes találkozás nem egy teljesen ismeretlen egyénnel történik, hiszen ismerjük főbb jellemzőit és gondolatait, csak még sosem láttuk. A legtöbb megkérdezett megemlítette, hogy egy igazi szerelemhez mind a külső, mind a belső vonzódás szükséges; a tudatos és a spontán ismerkedésben különbözik e kettő sorrendje. Az internetes ismerkedés során elsőként a másik gondolatait ismerjük meg, és csak később, a személyes találkozáskor derül ki, van-e fizikai vonzódás is, ezzel szemben a spontán kapcsolatnál a külsőn alapul az első benyomás.

Néhány válaszadó szerint az interneten létrejövő kapcsolatok teljes mértékben a „természetes szerelem” fogalmába tartoznak, hiszen az internet már a mindennapjaink szerves része, egyre kevésbé szokatlan. Másrészt nemcsak az interneten született kapcsolatok tartozhatnak a „közvetített” kategóriába, hanem az is, ha valaki két ismerőst összeismerteti - az így létrejövő kapcsolatot mégis spontán kapcsolatnak nevezzük.

Azok, akik szerint on-line ismeretségből is kialakulhat igazi szerelem, többségükben egyetértettek abban, hogy az csak a későbbi személyes találkozás után válhat valódi szerelemmé. A kizárólag on-line ismeretség idején

tapasztalt érzéseket nem tekintették valóságnak: ezek téves megismerésen alapulhatnak, ami később csalódást okozhat.

## 5.5. Számítógép által közvetített kommunikáció

Az internetes kommunikáció sokban különbözik az off-line-tól. Mivel írott formában történik, nem rendelkezik a nonverbalitás megszokott eszköztárával. Azokat a pluszinformációkat, amelyek az írott szavak kizárólagos használata során nem érik el a befogadót, az internet máshogyan közvetíti. Több válaszadó említette is, hogy a társkereső oldalakon váltott e-mailek számukra nem tartalmuk szempontjából voltak fontosak, csupán azok stílusát tartották szem előtt.

Megpróbáltam kideríteni, hogy mi veszi át a nonverbalitás funkcióit az internetes kommunikáció során.

Patricia Wallace (Wallace, 2002: 29–58) utal olyan korai, 20–30 évvel ezelőtti kutatásokra, amelyek a számítógép által közvetített kommunikáció társas érzelmek kifejezéseit vizsgálták. Nemcsak hűvösebbnek, lobbanékonyabbnak és barátságatlanabbnak látszottak a felhasználók a médium korlátai miatt, hanem kevésbé is voltak hajlamosak megtenni a társas kapcsolatokban megszokott udvariassági gesztusokat. Az interneten elérhető korlátozott jelzések felnagyíthatják a viselkedés egyes jellegzetességeit és látszólag bizonyos konfliktusokat is. Ezért már az 1970-es években megjelent az igény, hogy több társas-érzelmi lehetőséget csíholjanak ki a billentyűzetből. Ekkor jöttek létre az emotikonok,<sup>7</sup> azaz az írásjelek játékos kombinációi arckifejezések jelzésére, azért, hogy érzelmeket kölcsönözzenek az on-line kommunikációnak, és megjelentek nyelvi lágyítók is,<sup>8</sup> hogy az írásban kommunikálók bizonytalanságot fejezzenek ki velük, és ne tűnjenek fölényesnek.

Kíváncsi voltam, hogy a megkérdezettek tapasztaltak-e olyasvalamit, ami a fentieket tükrözi: hallottak-e vissza magukról olyan véleményt, amin meglepődtek, milyen érzéseik voltak, miközben egy ismeretlennel e-mail kapcsolatban voltak.

Egy válaszadó említette, hogy e-mail partnere az on-line kommunikáció során „vagányabbnak tűnt, bátrabb volt”, mint a személyes találkozáskor. Saját magáról egy másik megkérdezett azt mondta, hogy sokkal nyíltabb volt, megint más azt mondta, hogy sokkal visszafogottabb volt on-line. Ezek az állítások nyilvánvalóan a válaszadó önképétől is függenek. Volt, aki a bejelentkezőlapján elővigyázatosságból kevés információt adott meg magáról, így megítélése szerint sokkal visszafogottabbnak tűnhetett mások szemében, mint a valóságban. Az egyik megkérdezett szerint félreérthető, ha egy nő a külsejéről ír, mert kizárólag szexuális ajánlatokkal keresték meg. Ezért is szükséges a külső és a belső leírásokat jól egymáshoz arányosítani. A társkereső oldalon való megjelenés önmagában azt a képet eredményezheti, hogy az ember kétségbeesetten kutat társ után, ami szintén nem feltétlenül fedi a valóságot. Van, aki szerint minél titokzatosabb az ember bemutatkozó oldala, annál több érdeklődőre talál.

Ismeretlennel való levelezéskor a kíváncsiságot, az izgalmat, a játékosságot, az elégedettségérzést, az örömet és a várakozást említették: „megtudni, hogy vajon ki a másik?”. Az ember könnyebben megnyílik, nincs annyi gátlása, mint máskor. Emiatt esetleg többet is megenged magának, például provokatívabb lehet. Emellett kevésbé involvált az ember, azaz a csalódás nem érinti annyira. Volt, aki azt mondta, hogy „a sorsszerűség, a véletlenek játéka izgatott. A véletlenek itt sokkal nagyobb esélye van, mint a mindennapi életben”.

## 5.6. Kapcsolatfejlődés

Buda Béla és Szilágyi Vilmos (Buda, 1974: 104) a kapcsolatok lélektani fejlődését nagyszabású játszmának tekinti, amelyben a vetélkedő bizonyos célokért folyik: az ember pozitívan akarja magát bemutatni, a szimpátiáját ki akarja fejezni, mindemellett kerülni szeretné a kockázatot. Mindez on-line is megtörténik.

A megkérdezettek elsődlegesen tartalom, stílus, humor és érzelmi közlések alapján éreztek szimpátiát. Az, hogy a sok tartalmi elemből ki mire reagál, kifejezi, hogy mi a fontos a számára, és a hasonlóan fontos dolgok is szimpátiát válthatnak ki. Azonban a begépelte szavakon kívül más jellemzőkre is figyelhettek: önmagában már a kapcsolat felvétele, azaz a levélírás vagy a levelünkre való válaszolás is a szimpátia minimális kifejeződését jelenti. Úgyszintén, ha a másik hosszan ír nem általános, hanem személyre szabott levelet, kérdez, magáról is ír és nemcsak formalitásokat.

Egyesek szerint a levelek mennyisége és a válaszolás gyorsasága is fontos, illetve, hogy ha levelezőtársunk késve válaszol, kiment-e magát. Át akarja-e terelni a párbeszédet egy személyesebb csatornára: chatre, privát e-mail címre, telefonra, kér-e fotót, illetve milyen hamar akar találkozni.

Az emberek azonban mást és mást tartanak fontosnak: van, akinek a mielőbbi személyes találkozó volt a legfontosabb, mert az e-mailezést felesleges időtöltésnek vagy bizalmatlanságra való oknak tartotta. Akadt, aki számára tolakodásnak tűnt a korai telefonhívás vagy a fotó kérése, míg más ezeket a szimpátia jeleként értékelte.

Clifford Kirkpatrick (in Cseh-Szombathy, 2000: 89) szerint egy párkapcsolat belső fejlődése a partnerek közötti kumulatív, visszaható interakciók sorát jelenti. Egy szeretetet eláruló gesztus A részéről hasonló megnyilvánulást stimulál B-nél, amely aztán erősebb kötődést támaszt A-ban. Hasonló folyamat zajlik le a két fél között önmaguk feltárását illetően is, amelynek során mindinkább feladják az óvatosságot, a védekezési-készenléti állapotot. Ahogy A megkockáztatja, hogy elárulja érdeklődését B iránt, B is hajlamosá válik hasonló közlésre, ami megnöveli A biztonságát.

Míg a személyes kapcsolatok esetében a flört nonverbális visszaható interakciók egymásutánjával fejlődik, a



tudatos társkeresésnél is működik egy hasonló célú rituálé. Montini és Ovrebó (Montini & Ovrebó, 1990: 327-339) azt állítja, hogy a hirdető a kockázatmenedzsment és a nyíltság érzékeny egyensúlyával játszanak: eléggé nyílnak kell lenniük a szándékaikat, a kívánságaikat, az elvárásaikat illetően, de védik magukat a kockázat ellen.

Az on-line felületen kialakuló kapcsolat egyes mélységi, fejlődési fázisainak kialakulása, a fázisokban való megerősítés, valamint a közös normákban való megegyezés szintén kommunikáció révén megy végbe: apránként, a másik válaszáinak mértékében adagoljuk az információt, nem adunk ki magunkból egyszerre sokat. Bár könnyebben megnyílunk az interneten bármilyen témában, a személyes információt, amivel vissza lehet élni, fokozatosan szolgáltatjuk. Például, ha megadunk e-mail címet, az sok esetben csak erre a célra létrehozott e-mail cím. Egy válaszadó említette, hogy van, akinek kifejezetten erre a célra volt mobilkártyája. Egy másik fontos biztonsági tényezőként az időt említették: ha valaki kitartónak bizonyul, idővel megbízhatóbbnak tűnik.

A feltárulkozás rituáléja kényes is: ha nem a megfelelő helyzetben és időben öntjük ki legmélyebb érzéseinket, a másik személy labilisan gondolhat bennünket.

### **5.7. Őszinteség, hazugság, kockázat**

Az on-line világ jellegzetességei hazugságok és túlzások tömegét eredményezik, részben azért, mert a névtelenség, a képi és a hangjelzések hiánya ezt megengedik, részben pedig mert a háló elszigetel bennünket a következményektől. Kísérletezhetünk az identitásunkkal – ennek lehetőségei az interneten sokszorosára nőnek. E tapasztalatok túl vonzóak lehetnek ahhoz, hogy ne vegyünk róluk tudomást, mivel a való életben a következmények behatárolják a kísérleteinket.

Mindez az on-line komolyan társat kereső emberekre nézve kockázatokat rejt, bár a megkérdezettek között csak egy akadt, aki tapasztalt ilyet. Az on-line világban is vannak a valós intuícióhoz hasonló eszközök e jelenségek esetleges kivédésére. Például gyanakodásra adhat okot, ha valaki túl sok jót mond magáról, vagy ha nem vág egybe a mondanivalójának tartalma és stílusa, ha bizonyos kérdéseket megválaszol, másokat pedig kerül, bizonyos olyan evidenciákat nem árul el, amelyek személyes találkozásnál nyilvánvalók lennének, illetve ha főként kérdez, de nem válaszol. Az is gyanakodásra adhat okot, ha valaki az ellenőrizhető adatokkal ellentmondásba kerül, például azt mondja, azért nem válaszolt, mert nem volt ideje bejelentkezni, és közben látható, hogy máskor már bejelentkezett. Furcsának találjuk, ha nem akar személyesen találkozni, ha csak mobiltelefon-számot ad meg, illetve ha a személyes találkozóhoz nehézkes az időpont egyeztetése.

Bizalomra ad okot, ha valaki elárul a másinak személyes információt, privát e-mail címet, telefonszámot, lakcímet, vagy ha úgymond érdekei ellen cselekszik, azaz olyasmit is elárul magáról, ami nem feltétlenül tünteti fel jó színben. Volt, aki úgy vélte, „az interneten semmivel sem hiányzik jobban az őszinteség, a valós életben is találkozhat ilyenmivel, ott is ugyanúgy résen kell lenned, de meg kell előlegezned a bizalmat”.

### **5.8. Társadalmi normák**

Az internet felülete a kapcsolatfelvételt oly módon segíti elő, ahogy a valós világ normái között nem lenne rá lehetőség: az utcán furcsán venné ki magát, ha valaki megszólítana egy ismeretlen embert, és beszélgetést kezdeményezne. Viszont ugyanez a hálón elfogadott viselkedésnek számít, az ember nem érzi sértve személyes szféráját.

Az interneten nemcsak a kapcsolatfelvétel szabadsága az, amit a valós világ normái kevésbé engednek, hanem a beszélgetés témaválasztása és mélysége is más: on-line nyitottabbak, jobban feltárulkoznak az emberek. Wallace is hivatkozik ezt igazoló munkákra (Wallace, 2002: 188-189).

A társadalmi nem szerepek is mások: interneten egy nő is kezdeményezhet. „A nőknek nem kell biztonsági játékot játszaniuk, nem védtelenek, mert egyenlőek az esélyek. Felszabadultabbak voltak a lányok” – ahogy azt egy férfi válaszadó említette. Egyesek ellenben azt mondták, hogy a női-férfi szerepeltvárások on-line is érvényesülnek, csak máshogy. A nők nem írnak elsőként, nem kérnek el elsőként telefonszámot, nem kezdeményeznek randevút: ezeket a szerepeket egyezményesen a férfiak játsszák el. Mivel a férfiak túlsúlyban vannak az ilyen oldalakon, és mert vélhetően elvárják tőlük, hogy ők kezdeményezzenek, nekik kell először levelet írniuk, ezért aztán a férfiaknak sokkal több kitartásra van szükségük.

Feltételezhető, hogy mindkét séma érvényes, és hogy valaki melyik minta alapján viselkedik – konform módon betartja-e a szerepeltvárásokat, avagy át meri hágni azokat – azt személyes tulajdonságai határozzák meg. Amint azonban sor kerül a személyes találkozásra, megint életbe lépnek a társadalmilag elfogadott normák: a férfi az, aki az újbóli találkozást kezdeményezheti.

Az interneten a formalitások háttérbe szorulnak, az emberek udvariatlanabbak. Jellemzően bizonyos udvariassági formákat általában betartanak – ilyen például az üdvözlés, a címzés, az elköszönés –, viszont bizonyosakat nem. Van, aki egyszerűen nem válaszol többet az e-mailünkre vagy aki egyszerűen tiltólistára tesz, és ebből tudjuk, hogy nem kívánja fenntartani a kapcsolatot. Wallace (Wallace, 2002: 177) utal Joseph Walther tanulmányára, amely szerint a hálón a jövőbeni kapcsolat fenntartására irányuló akarat is fontos tényező abban, hogyan viselkednek az emberek egymással. Ha kicsi az involváltságuk, ha nincs szándék vagy kicsi az esély a későbbi találkozásra, és ha nincsenek kapcsolódási pontok, közös ismerősök, akiknek fontos a véleménye, inkább mernek durvábbak, udvariatlanabbak lenni. Ugyanakkor – szintén az alacsony involváltság miatt – a kudarc okozta szomorúság is elhanyagolható.

### **5.9. Előítéletek**

A megkérdezettek egy része saját internetes tapasztalatait megelőzően negatív előítéletekkel illette a tudatos társkeresést, azon belül is leginkább a hagyományos társkeresési módszert. Az internetes társkereséssel szembeni idegenkedés a bejelentkezés hatására megváltozott, de a hagyományos társkeresésről az internetes tapasztalatok ellenére ugyanúgy negatívan vélekedett a válaszadók többsége.

A legtöbb válaszadó a hagyományos társkeresésről egyértelműen azt állította, hogy nem próbálná ki. Ezt főként e forma más célközönsége miatt nem tenné: szerintük az idősebb korosztály, feltehetőleg a vidékiek, és nem az értelmiségi rétegből származók használják azt. Önmagában már a kommunikációs csatorna kiválasztása is tükrözhet különböző célközönséget: aki nem az internetet használja, „nem halad a korrall”, azaz más értékeket tart fontosnak, ami kedvezőtlen egy hosszú távú kapcsolatban. Azt is feltételezték, hogy a hagyományos módszert a nagyon elkeseredettek használják. Azon megkérdezetteim, akik maguk is próbálták az off-line csatornát, részben igazolták is az előítéleteket. Mint mondták, valóban inkább az idősebb korosztály használja, ezért a korban hozzájuk illő fiatalabbakra alig lehetett ott bukkanni.

Az internetes oldalakkal kapcsolatban is voltak olyan előzetes várakozások, amelyek szerint sok elkeseredett, esetleg személyiség-, illetve kapcsolatteremtési problémával küzdő ember található rajtuk, olyanok, „akkal valami baj van”. Ezek a félelmek a tapasztalatszerzés során eloszlottak. Egy másik előzetes és később beigazolódtott elképzelés az volt, hogy sokan csak szexet keresnek, viszont a megfelelő oldalak megtalálásával, illetve szűréssel ezek is elkerülhetők. Mások az internetes társkereső oldalakra bejelentkezettekéről úgy gondolták, hogy zömében értelmiségiek, és van internetkapcsolatuk, tehát két fontos szűrési kritériumnak is megfelelhetnek, így akadhatnak köztük potenciális társak. Régebben a férfi válaszadók részéről az internettel kapcsolatban előfordult olyan félelem, hogy a férfi regisztráltak túlsúlyban vannak, de mára ez a túlsúly csökkent.

Az on-line bejelentkezés két, egymással ellentétes várakozással történhetett: vagy nem gondolta komolyan a megkérdezett, nem voltak elvárásai, vagy éppen ellenkezőleg, komoly szándékkal jelentkezett be. Az on-line közösségi tagok belépési korlátja sokkal kisebb, alacsonyabbak a várakozásaik is, és inkább csak társaságot, szórakozást keresnek – de ha komoly kapcsolatra akadnak, nem zárkoznak el előle. Azok számára, akik nem tagjai az internet valamely on-line közösségének, sokkal nagyobb elhatározás egy társkereső oldalra való feljelentkezés, és ezáltal komolyabb szándékról is árulkodik.

Arra a kérdésre, hogy vajon a közvélemény elítéli-e a tudatos társkeresést, megoszló válaszokat kaptam. Úgy gondolták, ha elítéli, akkor inkább az off-line, mint az on-line keresést ítéli el, valamint inkább vidéken ítéli el az ilyesfajta társkeresést, míg a budapestiek és a fiatalok nyitottabbak az új, a más dolgokra. Vizsgálódásaim a TNS adatai alapján ezt alá is támasztották.

A megkérdezettek szerint az elítélés oka az lehet, hogy azt „szerencsétlenek használják”, „ha már erre fanyalodik valaki, ott valami gond van”. Annak oka pedig, hogy az ily módon való társkeresést a közvélemény egyre kevésbé ítéli el, abban kereshető, hogy egyre elfogadottabb a szingli életmód és a válás, ezzel összefüggésben pedig a tudatos társkeresés is.

Az internetes keresés elfogadottságához hozzájárul az internet egyre nagyobb elterjedtsége, és a megkérdezettek úgy gondolták, hogy az internethasználók kevésbé ítéli azt el:

„Az internet beépült a fiatalok kultúrájába, az internetes társkeresés gyakorlatilag olyan, mint a fórum, chatelés, nem nagyon különbözik tőle, nem önálló jelenség. Az off-line keresés nem illeszkedik szervesen a mindennapi dolgokba, kommunikációba, míg az on-line illeszkedik.”

Aki pedig elítéli az internetes társkeresést, az azért teszi, mert sokan nem mondanak igazat, illetve az internetet nem használók azért, mert a hálót lélektelennek vélik. Ellenérzést válthat ki az is, hogy sok bejelentkező külső kapcsolatot akar állandó kapcsolata mellé, és ez a fórum új lehetőséget teremtett ehhez.

A legtöbb megkérdezett azt mondta, hogy nem titkolja, hogy kipróbálta az internetes társkeresést, bár nem is híreszteli. Olyanok is akadtak, akik kifejezetten propagálták, hogy milyen jó dolog. Voltak olyan megkérdezettek, akik azt válaszolták, hogy „mára már nem szégyellem, már nem érdekel”. Régebben azért félték a lelepleződéstől, mert ezáltal

„...feltűntem volna egy vesztés közegben, és ez a vesztesség beismerése lett volna.”

„Ékes bizonyítéka lett volna annak, hogy egyedül vagyok, ez olyan kudarc az életemben, aminek írásos nyoma van.”

Akik régebben így gondolták, mára már azért nem vélik így, mert az ottani tapasztalataik meggyőzték őket arról, hogy a „bejelentkezettek nem vesztesek”.

## 5.10. Téves attribúciók

Michel Adamse és Sheree Motta pszichológusok on-line kapcsolatok kutatásaiban (in Wallace, 2002: 192) is igazolódtott az, amit a legtöbb megkérdezett is elmondott:

„Sajnos féktelen hajlamunk, hogy idealizáljunk valakit, amikor a szokásos közvetlen jelzések nincsenek jelen, sok túlzó elváráshoz és téves reményekhez vezethet, és a valódi találkozás a kapcsolat végét jelentette.”

Henry M. Seiden (Seiden, 2001: 188) szerint a szerelem „egyének közötti, dialógusokon alapuló együttes

konstrukció, olyan fikció, melyben mindkét fél részt vesz”. Mivel az internet felületén nem lehet moziba menni, sétálni, vacsorázni, a kapcsolat kizárólagosan e-mail dialógusban létezik. Az e-mail írás önmagában figyelmet is jelent, míg más tevékenységekben a figyelem jelenléte esetleges. Az internet korlátai miatt kevesebb eszköz áll rendelkezésünkre érzelmeink kimutatására, ezért ha valakit kedvelünk, a figyelem válik a legfontosabb momentummá. Az ember pedig a figyelmet vonzódással viszonzja.

Mint már a bevezetésben említettem, McKenna (McKenna, 2002: 20) konklúziója szerint az interneten létrejött barátságok és társkapcsolatok sokkal könnyebben alakulnak ki, és sokkal gyorsabban fejlődnek a hagyományos kapcsolatoknál.

A megkérdezettek is alátámasztották ezt: az ember jobban megnyílik a másik felé. A felek könnyebben eljutnak személyesebb, intimebb témákig az interneten, míg például egy spontán kávéházi beszélgetés során formálisabb, semlegesebb témák vetődnek fel. Emiatt pedig az egymáshoz való közel kerülés sokkal nagyobb tempóban történik: mire a személyes találkozásra sor kerül, általában már számos témáról szó esett.

A gyors közelkerülés érzetének a közlések szintjeinek elcsúszása is oka lehet. Az internetes beszélgetéshez képest a kávéházi beszélgetés két síkon is folyhat: egy manifeszt és egy látens síkon, amelyet a metakommunikáció is befolyásol. Bár a felső szint látható, az alatta levő az, amely igazában a két ember közötti kapcsolat (vélt vagy valós) mélységét kialakítja. On-line leginkább a manifeszt szint érzékelhető, és mivel itt a kimondott témák már eleve mélyebbek, ezért a látens szintet „mélyebbnak” véljük, és emiatt érzékelhetjük közelebbinek a másikat.

Az e-mail dialógust, a gyors kapcsolatfejlődést, a megnyílást és a kapcsolat vélt mélységének érzését sokkal hamarabb címkézheti az ember „szerelemnek” az attribúcióelmélet alapján: valamilyen módon érezzük magunkat, és ehhez egy könnyen magyarázható okot rendelünk hozzá. Az izgalmi állapotokat a körülmények fényében értelmezzük, és itt mi más lehet az értelmezés, mint a „szerelem”.

Téves képünk a másikról és esetleges téves szerelemattribúciónk azonban nemcsak a médium és a találkozási forma jellegzetességeiből adódhat. A másik szándékosan is beállíthatja magát másnak az interneten, mivel a háló felületén könnyen lehet identitásokkal kísérletezni. (Wallace, valamint Cornwell és Lundgren is említ kutatásokat e témában, lásd Wallace, 2002: 63-78; Cornwell & Lundgren, 2000: 199-201).

### **5.11. Az internetes ismerkedés hatékonysága**

McKenna azt találta, hogy az eredetileg az interneten kialakult kapcsolatok résztvevői a későbbiekben sokkal jobban szerették egymást, mint azok, akik először személyesen találkoztak (McKenna, 2002: 26), és a kapcsolatok tartósabbnak is bizonyultak (McKenna, 2002: 21).

Buda Béla (Buda & Szilágyi, 1974: 315) szerint a társközvetítő iroda segítségével létrejött kapcsolatok esetén az

„...alkalmazkodás törekvése tudatos, az elvárások világosabbak és egyszerűbbek, mint a szokványosan, természetesen alakuló relációkban, ez a kapcsolat sikerét valószínűsíti a siker olyan értelmében, hogy a házasságban mindkét partner megtalálja azt, amit akart, és a házasság tartós lesz”.

Azt állítja, hogy a házasságközvetítés eredményei elég jók, a sikeres kapcsolatok aránya nem rosszabb a természetes úton létrejött kapcsolatokénál. Nem osztom azt a véleményét, miszerint az ilyen eredmények azért mondhatóak különösen jónak, mert a szolgáltatást igénybe vevők eleve alkalmatlanabbak a kapcsolatokra, mint a velük összehasonlítható általános népesség. Azt gondolom, a tudatos társkereséssel szembeni előítéletek főként ilyen mítoszokban gyökereznek, és nehezebben kerülnek felszínre az egyedül élés más, olyan egyszerű okai, mint a találkozási pontok hiánya.

Az internetes ismerkedés esetén a kapcsolat tartóssága más tényezőkön is múlhat: ilyen lehet a szűrés sorrendje és a szűrt attribútumok.

Egy spontán személyes találkozás „szűrési sorrendje” akár kevésbé hatékony is lehet egy hosszú távú kapcsolat kialakulása szempontjából. Mivel a személyes ismeretség miatt az ember involváltabb, és mert csak két választási lehetősége van (vagy őt - vagy nem őt), ezért inkább elköteleződik a kapcsolat mellett. Így nagyobb az esély egy olyan kapcsolat kialakulására, amely már eleve problémákat hordozhat magában. Az interneten az ember kevésbé involvált, több a választási lehetősége (vagy őt - vagy mást), így nem feltétlenül köteleződik el, ha problémákat sejt. Ezt a modellt az ember öntudatosságán kívül természetesen befolyásolja az önbizalma és korábbi sikeressége a társtalálásban: lehetnek olyanok, akik könnyebben kötnek kompromisszumot az internet kínálta lehetőségek ellenére is.

Az első személyes találkozáskor a felek már bizonyos alapinformációkkal rendelkezhetnek a másikról, így egy nem teljesen ismeretlen és a további kapcsolat szempontjából fontos szűrőkön átesett személlyel történik az első randevű.

Ennek egyik előfeltétele az, hogy a párt kereső a társkeresési piacon „piacképes” legyen, azaz olyan attribútumokkal bírjon, amelyek alapján választható. Ugyanis, ahogy Bukodi Erzsébet (Bukodi, 2002: 45) kutatásából kitűnik, a hierarchia két szélén a kínálati tényezők nem befolyásolnak, így ott úgy gondolom, a szűrési funkció hiábavaló és nem hatékony.

Buda Béla (Buda & Szilágyi, 1974: 316) a társkereső irodák működésével kapcsolatban utal olyan kutatásokra, amelyek a házasságok sikerének és kudarcának okait vizsgálták, és amelyek tanulságosnak bizonyultak az irodák módszereinek kidolgozásakor. Ilyen faktor az azonosság vagy a személyiség rejtett kapcsolati programozása,

például a komplementer igények és a szülők kapcsolatmintájának reprodukálására irányuló késztetések. Az eredményeket a társkereső irodák felhasználták a módszereikben, de ugyanakkor az interneten is hatékonyan lehet e tényezők mentén keresni.

Cseh-Szombathy (Cseh-Szombathy, 2000: 86–96) szintén összegez olyan munkákat, amelyek arra adnak választ, hogy milyen egyedi vonásokat tartanak az emberek szem előtt házastársuk kiválasztásánál. A partnerválasztás módját meghatározza az ideális házastársról alkotott elképzelés, a tulajdonságok azonossága, a két fél közötti különbségek és az egymáshoz csiszolódás folyamata. Ezekből az első három a hálón is kiválóan megjeleníthető és szűrhető.

Csepeli György (Csepeli, 1999: 83–85) a vonzalmak kialakulásának meghatározó tényezőit a következőkben látja: a várható nyereség-vesztés, az észlelt hasonlóság és a leendő partnerek különbségeinek összeegyeztethető és kiegészítő volta. A vonzalom kialakulásának folyamatában a személyek szükségleteinek, érdekeinek, értékeinek, beállítottságainak és nézeteinek jut döntő szerep. Ha a partnerek legalább egy szempont tekintetében érdeklődést ébresztenek egymásban, létrejöhet a kapcsolat. A vonzalom szempontjainak nem kell feltétlenül egybeesniük, azaz két ember nem feltétlenül ugyanazért kedvelheti meg egymást, viszont e szempontok on-line könnyen felmérhetőek és összepárosíthatóak.

## 6. Összegzés: még kapcsolat kialakítási kultúránk is megváltozhat

Kutatásaim alapján egy új ismerkedési mód új szokásai körvonalazódtak. Ha okosan használjuk ezt a csatornát, akkor mindennapi életünk válhat tartalmasabbá. A hálón keresztüli ismerkedésnek olyan messzemenő társadalmi hatásai is lehetnek, amelyeket most még nem igazán lehet prognosztizálni. Például egyre elterjedtebb lehet a különböző földrajzi területekről származó emberek összekerülése, vagy olyanoké, akik a valós életben szinte biztos, hogy nem találkoztak volna. Az is lehet, hogy a fiatalok ismerkedési kultúrájába szervesen beépül az on-line kapcsolatteremtés és kapcsolattartás. Az már most látható, hogy a fiatal, 25 év alatti korosztálynak a többi korosztályhoz képest más a hozzáállása az on-line kapcsolatokhoz, és ez további kutatásra érdemes.

Bemutattam az internet egyik legértékesebb tulajdonságát, azt, hogy emberek között kapcsolatokat teremt, és hogy miként lehet a szerelem mítoszát némileg megfricskázva tudatosan használni ezt a csatornát. Összegeztem a gondolataimat az internetes társkeresés néhány olyan jellemzőjével kapcsolatban, amely egyrészt téves attribúciókra adhat okot, másrészt növelheti egy társ kapcsolat kialakulásának és tartósságának valószínűségét.

A háló természetesen nem helyettesíti azon személyes tényezőket, amelyek vonzalmat váltanak ki, de annak szükséges előfeltétele: nem a vonzalom kialakulásához, hanem a találkozáshoz segít hozzá.

## Irodalom

Brooks, David (2003) Love Internet Style. *New York Times*, 2003. november 8.

(<http://www.nytimes.com/2003/11/08/opinion/08BROO.html?ex=1069218000&en=98829c3e99dcef1&ei=507> - utolsó letöltés: 2003. november 17.)

Buda Béla & Szilágyi Vilmos (1974) *Párválasztás - a partnerkapcsolatok pszichológiája*. Budapest: Gondolat.

Bukodi Erzsébet (2002) Ki kivel (nem) házasodik? Partnerszelekciós minták változása az egyéni életútban és a történelmi időben. *Szociológiai Szemle*, 2.sz.

Cornwell, B. & Lundgren, D.C. (2000) Love on the Internet: Involvement and Misrepresentation in Romantic Relationships in Cyberspace vs. Realspace. *Computers in Human behavior*, Vol.17, No. 2.

Cseh-Szombathy László (2000) A gyermekkori szocializáció jelentősége a háztartási és szülői szerepekre való felkészítésben. In: Schadt Mária (szerk.) *Családszociológia szöveggyűjtemény*, Pécs: Comenius.

Csepeli György (1999) *Vonzalmak és kapcsolatok*, József Műhely Kiadó.

Durbin, Jonathan (2003) INTERNET SEX unzipped, *Maclean's*, 10/6/2003, Vol. 116 Issue 40, p18  
(<http://search.epnet.com/direct.asp?an=10954671&db=aph> - utolsó letöltés: 2003.december 3.)

Egan, Jennifer (2003) Love in the Time of No Time. *New York Times*, 2003. november 23.

(<http://www.nytimes.com/2003/11/23/magazine/23ON-LINE.html?ex=1075611600&en=6cc119c2f9c38177&ei=5070> - utolsó letöltés: 2004.január 30. )

Index.hu (2002) A szeparáció három dimenziója.

(<http://www.index.hu/tech/net/whoiswho> - utolsó letöltés: 2004. március 13.)

Index.hu (2003) Fokozódás a hatodikon.

(<http://www.index.hu/tech/net/sds> - utolsó letöltés: 2004. március 13.)

McKenna, Kathelyn Y.A. & Green, Amie S. & Gleason, Marci E.J. (2002) Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction? *Journal of Social Issues*, Vol. 58, No.1.

Montini, T. & Ovrebø, B. (1990) Personal Relationship Ads An Informal Balancing Act. *Sociological Perspectives*, No. 33.

Mulrine, Anna & Caroline, Hsu (2003) LOVE.com. *U.S. News & World Report*, Vol. 135 Issue 10, p. 52.

Seiden, Henry M.(2001) Creating Passion: An Internet Love Story. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, Vol.3., No 2.

Wallace, Patricia (2002) *Az internet pszichológiája*. Budapest: Orisis.

## Lábjegyzetek

1

E helyen mondok köszönetet a TNS Hungarynek, a TÁRKI-nak, a talalkahely.hu-nak, Duránszkai Gábornak, Pálvölgyi Miklósnak, Szabó Jánosnak, Ford Noéminek, Vágyi Eriknek, Lakatos Lászlónak és valamennyi interjúalanyomnak.

2

Azaz ezen állítások esetén mondható el 95 százalékos valószínűséggel, hogy az internetes és a hagyományos társkeresés megítélésében való különbség valós, és nem a mintavételből fakadó pontatlanságból ered.

3

Ezzel a statisztikai eljárással lehet meghatározni azokat a rejtett, közvetlenül nem megragadható alapidimenziókat, amelyek különböző mértékben megjelennek az egyes mért attitűdökben.

4

A World Internet Project (WIP) egy nemzetközi longitudinális, paneljellegű vizsgálat, amelyet Magyarországon az ITTK-TÁRKI Rt. végez. A kutatás célja annak megismerése, hogy milyen változásokkal jár az internethasználat terjedése a társadalmi élet különböző területein.

5

Az oldal Stanley Milgram 1967-es kísérletének konklúziójáról kapta a nevét. Eszerint átlagosan hat személyen keresztül tud két ismeretlen ember eljutni egymáshoz. Az első ilyen módon működő internetes oldal 1998-ban jött létre SixDegrees.com néven, majd négy évvel később hárommillió felhasználóval a szerverén tönkre is ment. Az ismertségi háló 2002 telén tért vissza - ekkor már Friendster.com néven. Ezt a kísérletet alapul véve Magyarországon 2002 áprilisában indították el a WiW (Who is Who) oldalt, de itt az elsődleges cél nem a társkeresési funkció volt (lásd még Index.hu, 2002, 2003).

6

A tagokat személyes találkozás alapján „páholyokba” sorolják azok társadalmi-gazdasági státusa, életstílusa és a fizetendő összeg alapján. Minden páholynak más-más jogai vannak a keresésre, általános szabály, hogy a hierarchiában csak lefele lehet keresni, felfele nem. A hierarchia szintjeit az határozza meg, mennyire „piacképes” valaki, így például az elvált és gyerekeit egyedül nevelő szülőnek egyáltalán nincs joga választani, őt csak más választhatja. A bejelentkezők számát pedig nyilván befolyásolja, hogy szeretnének-e, illetve hajlandóak-e ebben a struktúrában részt venni.

7

Például kacsinthatunk ;-), kiölthetjük a nyelvünket :P stb.

8

Például IMHO (*in my humble opinion* - szerény véleményem szerint), BTW (*by the way* - erről jut eszembe).



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





[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

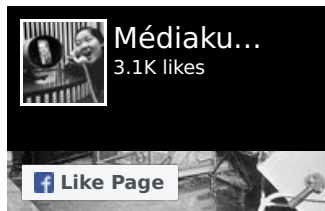
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2005 nyár

### Új média

[Bodoky Tamás:](#)

## A hírportál mint tömegmédiium

**Tanulmányomban új tömegmédiiumként definiálom az internetes hírportálokat, áttekintem a két vezető, ma már az országos nyomtatott sajtóval vetélkedő olvasottságú magyar nyelvű internetes hírportál - az *Index.hu* és az *[origo]* - kialakulásának körülményeit. Statisztikai adatokkal bizonyítom, hogy növekedési ütemük egyedülállóan magas a magyar médiapiacra, és kitérek működésük üzleti és jogi aspektusaira is.**

### Új disztribúciós csatorna vagy új médium?

A tömegmédiium kifejezéssel a társadalom szinte minden tagját kisebb-nagyobb mértékben elérő és érintő, széles hatókörű kommunikációs eszközt jellemzi a szakirodalom (McQuail, 2003). Ez számos olyan, ma már közkeletű és ismert médiumra magától értetődően vonatkozik, mint a könyv, a hírlap, a film, a rádió, a televízió vagy a zenehordozók. Az internetes hírportál mint tömegmédiium azonban a kommunikációelméletben még nem nyert polgárjogot: Denis McQuail szerint noha az internet sajátos technológiával, felhasználási móddal, tartalom- és szolgáltatáskörrel és önálló arculattal rendelkező médium, a tömegkommunikáció eszközeként marginális a szerepe. Mások szerint az internet nyilvános teret jelent, ám még nem alkot nyilvános szférát, mert reprezentatív jellegét csökkentik az információhoz való hozzáférés és a digitális írástudás terén jelentkező egyenlőtlenségek (Papacharissi, 2003).

A tömegkommunikáció-kutatás nem csak az internettel nem foglalkozik eleget; ebből a szempontból a számítógép közvetítette kommunikáció más területei is feltáratlanok, mert a hagyományosabb médiaformákra - elsősorban a nyomtatott és az elektronikus sajtóra - jobban illenek a tömegkommunikációs elméletek, modellek és kutatási témák. A kommunikációkutatás az internetet elsősorban a személy-, a csoport- és a szervezetközi kommunikáció szempontjából vizsgálja (Morris & Ogan, 1996). Álláspontom szerint azonban az internetes kommunikáció a való világ-belihez hasonlóan strukturált nyilvánosság, és az elmúlt néhány évben létrejött egy olyan szegmense - a hírportál -, amely klasszikus tömegmédiiumként viselkedik, ezért alkalmazhatók és alkalmazandók is rá a tömegkommunikáció elméleti keretei.

A hírportál definíciója nem egyszerű, mert meglehetősen új keletű jelenségről van szó. A portálok olyan weboldalak, amelyek az internet információ- és szolgáltatásdzsungelében való eligazodást próbálják megkönnyíteni azáltal, hogy számos különböző témájú és funkciójú elemet tesznek elérhetővé a nyitóoldalukról. A portáloknak számos változatuk van: a horizontális portál általános felhasználói célokat szolgál: internetkeresőt, híreket, e-mailt, on-line vásárlási lehetőséget, beszélgetőfórumot, webtárhelyet, további szolgáltatásokat kínál egy helyen. A vertikális portál meghatározott témakörre - például a gazdaságra - szűkítve teszi ugyanezt. A vállalati portál csoportmunkát tesz lehetővé, és személyre szabott hozzáférési lehetőséget kínál a cég belső és külső információforrásaihoz. A hírportál folyamatos hírszolgáltatást kínál, és mivel ez a szolgáltatás az egyik legalkalmasabb módszer a felhasználók egy-egy portál iránti folyamatos érdeklődésének fenntartására, a leglátogatottabb horizontális portálok egy része egyben hírportál is, mert hírfolyamot kínál a nyitóoldalán. A nagy hírportálok önálló szerkesztőséggel, napi 24 órában, heti hét napon keresztül dolgoznak, és az azonnali megjelenési lehetőséget kihasználva percekre készen közvetítik saját értesüléseiket, valamint a hírügynökségek és más orgánumok híreit. A hagyományos nyomtatott újságokkal és elektronikus médiumokkal kialakított partnerségük eredményeképpen számos, eredetileg más csatornára szánt, webre igazított tartalomhoz is hozzáférhetünk rajtuk keresztül. Néhány hírportál - köztük a két leglátogatottabb magyar hírportál, az *Index.hu* és az *[origo]* - saját tartalmat is előállít.

Nem volt ez mindig így: a kanonizált tömegmédiiumok szerkesztői és tulajdonosai korábban szerettek úgy tekinteni az internetre, mint pusztán egy új disztribúciós csatornára a sok közül. Az eredetileg akadémiai kutatóhálózatnak indult internet kommercializálódását és tömeges elterjedését követően minden jelentős nyomtatott újság és elektronikus médium on-line szolgáltatást indított. A nyomtatott újságok és elektronikus médiumok on-line verziói kezdetben mindössze az adott orgánum on-line disztribúciós csatornájaként és digitális archívumaként működtek, vagyis az eredeti csatornán már közölt vagy sugárzott szöveges, hangzó és képanyag volt elérhető rajtuk digitális

formában. Az új médium sajátosságait jobban kihasználó, exkluzív tartalmat közlő honlapok megjelenése és az övéknél nagyobb sikere később arra készítette ezeket a médiumokat, hogy maguk is valódi on-line változatot állítsanak elő, szervezetenként elkülönített szerkesztőséggel és legalább részben önálló tartalomszolgáltatással véve fel a versenyt tisztán on-line riválisaikkal. Az on-line változatok nagy része mára valamiféle pusztán tartalmi vagy tartalmi és gazdasági együttműködés keretében betagozódott egy-egy nagy hírportál alá, oldalaik egy hírportálon keresztül válnak „láthatóvá”, elérhetővé az interneten.

A más médiumok tartalmának pusztán utánközlésére vállalkozó weboldalak soha nem váltak igazán sikeressé. Az on-line médium sajátosságait kihasználó, teljesen önálló vagy egy-egy hagyományosabb médiummal szoros szimbiózisban működő vezető on-line hírportáloknak viszont 2004-ben már a fejlett országokban és Magyarországon is a nyomtatott sajtó és az elektronikus média vezető orgánumaival összemérhető közönségük volt. Azokban az országokban, amelyekben az internetpenetráció már elérte a 15–20 százalékos „kritikus tömeget”, a hírportálok a médiapaletta megkerülhetetlen részévé, meghatározó tömegmédiummá váltak, nem csupán a „végfelhasználóra”, vagyis a nagyközönségre, de a hírközvetítő szerepet játszó hagyományosabb médiaformákra gyakorolt hatásuk által is (Deuze, 2003). Ez a folyamat az Amerikai Egyesült Államokban a legelőrehaladottabb, ahol a leglátogatottabb hírportálok szinte kivétel nélkül egy-egy nagy televíziótársasághoz kötődnek – ilyen például a *CNN.com*, az *MSNBC.com*, az *ABCNews.com* és a *FoxNews.com*. Magyarországon a helyzet másképpen alakult: a televíziótársaságok később ébredtek, a kezdetben sokszereplős mezőnyből tartósan kiemelkedni és mértékadó hírforrássá válni két olyan hírportálnak – az *Index.hu*-nak és az *[origo]*-nak – sikerült, amely nem rendelkezik ilyesfajta „médiabirodalmi” háttérrel.

A két legnagyobb magyar hírportál ma már tömegmédiumként viselkedik abból a szempontból is, hogy a közhatalom ellenőrzésének igényével lépnek fel, és adaptálták például az angolszász oknyomozó újságírás műfaját, illetve szerkesztési gyakorlatukban világosan tetten érhetők a hírmédia fősodrában tapasztalható tendenciák, például a bulvárosodás. Az oknyomozó újságírás játékszabályai a vezető hírportálokon sem mások, mint a nyomtatott sajtóban vagy az elektronikus médiában, és a saját stábjával feltárt sztorik eredményeképpen a két portál egyre gyakrabban jelenik meg primer hírforrásként a magyar nyilvánosság előtt (Bodoky, 2004b). A bulvárosodás folyamata pedig az üzleti modell diktálta állandó növekedéskényszer és a teljes közönség visszajelzését azonnal közvetítő technológia eredőjéből következik: a portálok valós idejű forgalmi adatait figyelő szerkesztők pontosan látják, hogy az olvasótábor leginkább a bulvártémák iránt érdeklődik. Viszont akármennyire is „bulvárosodik” a két nagy magyar hírportál, hírszerkesztési alapelveik között a bulvárlapokkal szemben elsődleges maradt a mértékadó sajtót jellemző aktualitás. A hagyományos tömegmédiumok közül tehát a nagy hírportálok a magyar médiapiacra leginkább az újságok konkurenciájaként jelennek meg: „Úgy is néznek ki, mint a hírlapok, úgy is működnek, mint a hírlapok, szerkesztőgárdáikat hírlapoknál edződött szerkesztők vezetik” (Uj, 2004).

## A magyar hírportál archetípusa

A ma már a vezető multinacionális hírportálok mintájára építkező *Index.hu* és *[origo]* hazai előképe egyaránt az *Internetto* nevű portál volt, amelyet 1995-ben alapított az IDG Hungary Lapkiadó, illetve az informatikai kiadóvállalat égisze alatt tevékenykedő Nyíró-csapat, amelynek tagjai az 1990-es évek elején a hazai multimédiás CD-ROM-kiadás úttörőinek számítottak. Az *Index.hu* későbbi alapító főszerkesztője, a történész-szociológus Nyíró András 1989-ben Szakadát Istvánnal (aki később az *[origo]*-t kiadó Axelero Rt. vezető kutatója lett) és Kelemen Gáborral (aki később az *[origo]*-nál és a tv2 azóta megszűnt *Korridor* nevű hírportáljánál dolgozott vezető beosztásokban) társszerzője a *Politika* című lexikonnak, amely az állampárt politikai bizottságainak történetét dolgozza fel 1944-től 1989-ig, korabeli napilapok, könyvtárakban, levéltárakban hozzáférhető források alapján. Ebből 1993-ban multimédia CD-ROM-ot készítettek, amelyet az Aula Kiadó 300 példányban ki is adott. 1993 és 1996 között a Magyar Filmintézet megrendelésére a *Mozgóképtár* című CD-ROM-sorozatot, az IDG-nél pedig a CD-ROM-on negyedévenként megjelenő *ABCD* multimédia-magazint készítették, amelyből a csúcson 4500 kópia fogott.

1995-ben – amikor még az azóta az AOL-ba olvadt Compuserve a vezető on-line szolgáltató, az internet pedig csak az akadémiai szférában elérhető – Nyíró ismét váltásra szánta el magát, és *Internetto* néven „on-line újságot” alapított az IDG Hungary-nél. A Balaton-parti névválasztás zseniálisnak bizonyult, hiszen a magyar közvélemény évekig az Internettoval azonosította az egyre több publicitást kapó „számítógépes szupersztrádát”, vagyis az internetet, Nyíró pedig minden internettel kapcsolatos ügyben állandó médiaszereplővé vált. Az *ABCD*-s csapatra szerveződő *Internetto* első két éve a műfajteremtő – de legalábbis műfajmeghonosító – kísérletezés jegyében zajlott: naprakész információtechnológiai hírszolgálat és Törzsasztal néven felhasználói beszélgetőforum indult, rendszeressé váltak a mobiltelefonos internetkapcsolaton keresztül bonyolított élő, digitális fényképes tudósítások, vidéki mutációk indultak, és on-line áruház kapcsolódott az értelmiségi orgánumnak induló portálhoz, amely fokozatosan kommercializálódott és „napilaposodott”.

1997-ben az információtechnológiai hírek mellett beindult a gazdasági és sporthírszolgálat is, és Parti Nagy Lajos előszavával nyomtatott formában is megjelent a magyar nyelvű „cyber szlengszótár”, a Zsargon, túlnyomórészt az *Internetto* olvasói által beküldött címszavakból összeállítva. Rendkívül népszerűek voltak az olvasók kérdései alapján szerkesztendő, webkamerán és szövegesen közvetített on-line interjúk. A válaszadók között szerepelt többek között Friderikusz Sándor, Lovasi András és Horn Gyula – a miniszterelnöki interjú tízezres közönsége lefagyasztotta az Internetto-t kiszolgáló szervert. 1998-tól úttörő próbálkozások következtek az interaktív televíziózás terén: márciusban élő, Realvideo technológián alapuló internetes tévéműsort sugároztak az Irisz Multimédiánál kiépített stúdióból, később pedig interaktívvá tették az *m2 Mélyvíz* című éjszakai beszélgetőműsorát – a nézők a Törzsasztalban reagálhattak, a hozzászólások egy része a tévéműsorban is megjelent, a szereplőket reagáltatták rájuk. Az 1998-as választási kampány finisében az *Internetto* élő on-line vitát rendezett Kósáné Kovács Magda és Deutsch Tamás között. Októberben a rendőrség egy focipálya-rongálással dicsekvő törzsasztaltag

adatainak kiadására szólította fel a kiadót, az *Internetto* – ahogyan korábban a „ketchupos bomba” néven elhíresült ügyben<sup>1</sup> is – az adatvédelmi biztos állásfoglalását kérte, majd annak értelmében nem szolgáltatotta ki, és a továbbiakban nem is rögzítette az olvasók és a vitafórumok hozzászólóinak adatait. Az 1998-ban 60 millió forintóra becsült internetes reklámbüdzsé felét az *Internetto* hirdetési felületein költötték el a hirdetőik.

1999-ben egyre feszültebbé vált a viszony az IDG és az *Internetto* szerkesztősége között: a csak számítástechnikai szaksajtóban utazó tulajdonosnak terhessé vált a horizontális (és veszteséges) portál, az időközben médiasztrárrá vált Nyíró pedig már szűknek érezte a kiadóvállalat által meghatározott kereteket. Május elején a szerkesztőség keménymagjából alakult kft. vételi ajánlatot nyújtott be az IDG-nek az *Internetto* névre, mire válaszul a kiadó ügyvezetője rendkívüli szerkesztőségi ülésen jelentette be, hogy a név nem eladó, és a továbbiakban nem kíván együtt dolgozni sem Nyíróval, sem a vételi ajánlat támogatóival. 1999. május 17-én az ekkor 26 tagú szerkesztőség sajtótájékoztatón állt ki az erre az alkalomra készített plakátokon földgömböt pörgető Nyíró mellett, és bejelentették, hogy *Index.hu* néven új lapot alapítanak, amelyet változatlan stílusban szerkesztve hálózati tömeglapnak, átfogó információszolgáltatónak, „ügynevezett portálnak” szánnak (Bodoky, 2000). A „rég” *Internetto* főszerkesztői posztját egy darabig Andrassew Iván töltötte be, a közönség azonban átpártolt az *Index.hu*-hoz. Az Internettet végül az Euroweb vette meg, ám 2002-ben szélnek eresztették az új szerkesztőségét, a márkanévet és az internetcímet pedig – erkölcsi elégtétel gyanánt – az Index szerezte meg, és korábbi *Internetto*-cikkek tartalmazó webmúzeumot alakított ki az internet egykori „világítótornyán”.

## Látogatottságmérés

A hírportálok növekvő tömegkommunikációs szerepét jelzi az is, hogy egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak annak, hogy piaci súlyukat számszerűsítsék a szakmának, a befektetőknek és a közvéleménynek szóló kommunikációjukban. A hírportálok auditálásának célja minél pontosabb információt szolgáltatni arról, hogy a portál mekkora közönséggel rendelkezik, és ez a közönség mekkora figyelmet szentel neki. A jó audit hiteles adatokkal látja el az adott portál tulajdonosát és a hirdetési piacot, így hozzájárul a fejlesztési stratégia kialakításához, illetve támpontot nyújt a hirdetési kampányok tervezéséhez is. Az auditált méréssel szemben támasztott legfőbb elvárás az, hogy legyen hiteles, vagyis független, pontos, átlátható és szabványos. A nyomtatott sajtóban a példányszám, a rádióknál a hallgatottság, a televízióknál a nézettség, míg az internet esetében a látogatottság auditálásáról beszélünk. A televíziók nézettségének auditálására a jelenleg legelfogadottabbnak tekinthető módszer egy reprezentatív minta tévénézési szokásainak mérése egyedileg telepített mérőeszközök segítségével (Magyarországon ilyen szolgáltatást nyújt az AGB Hungary). A módszer előnye, hogy folyamatos, részletes, naprakész adatokat szolgáltat. Hátránya viszont, hogy valójában becslésről van szó, a becslés pontossága pedig a minta méretének és kiválasztásának függvénye.

A weboldalak látogatottságának auditálására alapvetően kétféle módszer van. Az egyik a televíziós nézettségméréshez hasonlóan egy reprezentatív minta, felhasználók egy csoportjának internetezési szokásait vizsgálja, azt regisztrálva, hogy a vizsgált személyek mely internetoldalakat keresik fel, milyen gyakran és mennyi ideig olvassák azokat. Ilyen például az ügynevezett internetpanel-vizsgálat, amely során a kiválasztott felhasználók internetforgalmát a számítógépükre telepített program segítségével mérik. A felhasználók internetezési szokásait tárja fel a kérdőíves vizsgálat is, amely reprezentatív minta alapján készült személyes interjúkat nyújt az adott honlapok adott időn belüli látogatásáról. Az internetpanel reprezentatív minta esetén viszonylag kis számú felhasználó bevonásával is jól használható becslést eredményez, teljes képet ad az internetezési szokásokról, és adatokat szolgáltat a látogatók összetételéről – koráról, neméről, végzettségéről, érdeklődéséről, anyagi helyzetéről stb. – is. A módszer hátránya, hogy a viszonylag kis minta miatt csak a legnagyobb forgalmú honlapok esetén kielégítő pontosságú, az önkéntesek köre és viselkedése, valamint földrajzi összetétele behatárolt. További hátrányt jelent, hogy a cégek és az intézmények, illetve a felhasználók jelentős része nem engedélyezi a „kémprogram” telepítését. A kérdőíves vizsgálat előnye, hogy a teljes lakosság internetezési szokásairól képet ad, és egy adott honlap látogatóinak összetétele mellett megadja egy adott társadalmi csoport, réteg internetezési szokásait is. Hátránya, hogy – az internetpanelhez hasonlóan – a viszonylag kis minta miatt csak a legnagyobb forgalmú honlapok esetében kielégítő pontosságú. A válaszokat torzítja, hogy a válaszadók meg akarnak felelni a társadalmi elvárásoknak, továbbá az ismertebb nevek jobban emlékeznek, és a honlapok egyértelmű azonosítása gondot jelenthet. További hátrány, hogy az interjú időben és földrajzilag behatárolt adatokat szolgáltat.

A másik megközelítés egy adott honlap forgalmát méri: a vizsgált honlapot hányan keresik fel, hány oldalát nézik meg, melyik oldalakat olvassák. A honlapok forgalmának mérése két módszerrel történhet: a honlapokat kiszolgáló szerverek, illetve a felhasználók által lekért oldalak forgalmának mérésével. A honlapok forgalmát mérő módszert loganalízisnek nevezik, mert a szerver minden egyes fájl kiszolgálását naplózza az ügynevezett logfájlban. Az így gyűjtött adatok célirányos feldolgozása hasznos információkat, statisztikákat ad a vizsgált weboldalak forgalmáról, valamint az oldalakon megfordult látogatók számáról. A loganalízis előnye, hogy kis költséggel, házon belül is elvégezhető. Hátránya, hogy nem független, saját szerveren végezve nem ad auditált eredményt. A loganalízisnek számos technológiai hátulütője is van: problematikus a nem kért oldalak kiszűrése; a nemrégiben lehívott weboldalakat a gyorsabb megjelenítés érdekében a felhasználók számítógépein eltároló ügynevezett *cache*-ek (pufferek) lefelé torzítják az eredményeket; a nagy forgalmú honlapokat kiszolgáló több szerver együttes forgalmának kiértékelése nehézkes és hosszadalmas folyamat.

A honlapok forgalmának mérésére kifejlesztett másik módszer az ügynevezett böngészőalapú mérés. A böngészőalapú mérés során a vizsgált weboldalakba illesztett mérőpont-lekéréseket egy független auditszerver szolgálja ki. Az auditszerver forgalma alapján pontosan mérhető a vizsgált honlapok látogatottsága. A mérési eredmény csak abban az esetben tekinthető pontosnak, ha kizárólag a látogatók által kezdeményezett oldalletöltéseket tartalmazza. A böngészőalapú mérés előnye, hogy pontos – mivel mérés, nem becslés –, mindenkor a valós forgalmat tükrözi; független, mert a forrásadatok az auditor szerverén keletkeznek; átlátható,

mert a mérőkódok bárki által ellenőrizhető módon vannak beillesztve; szabványos, mert a mutatók meghatározása és az auditálhatóság feltételrendszere egyértelmű. A böngészőalapú mérés hátránya, hogy a látogatók összetételéről nem ad információt; nem személyeket, hanem számítógépeket azonosít; a legnagyobb forgalmú szájtok esetén már nem célszerű; és az időalapú mérés megvalósítása problematikus.

1998-ban a Medián Közvélemény és Piackutató Intézet és az *Internetto* forgalmát analizáló Inventra Kft. együttműködésében kísérleti internetaudit indult, amely a Medián egyik üzletágaként 1999-ben elsőként kezdte meg a hazai honlapok látogatottságának hitelesített mérését. A piacon 2000 óta kereskedelmi szolgáltatásként kínált Medián Webaudit ([www.webaudit.hu](http://www.webaudit.hu)) saját fejlesztésű böngészőalapú méréssel auditálja a szolgáltatásra előfizető honlapokat, és mára a magyar internetes szakma egésze által elismert és elfogadott forgalmauditáló szolgáltatássá vált. A Mediánon kívül 2000 őszén az elsősorban televíziós nézettségméréssel foglalkozó AGB Hungary Kft. és az elsősorban a nyomtatott sajtótermékek példányszámát auditáló Magyar Terjesztés-Ellenőrző Szövetség (Matesz), egy évre rá pedig a Tárki Csoport és Webinform Kft. által létrehozott Auditon-line Kft. is internetaudit-szolgáltatással jelentkezett, a később indulók azonban nem váltak igazán sikeressé az egységes auditot igénylő internetpiacon. 2001 végén az AGB megszüntette internetaudit-szolgáltatását, a Medián Webaudit pedig mindvégig megőrizte vezető pozícióját, és ma már a magyar internetpiac szinte minden jelentős szereplőjének forgalmát egységesen méri, ezért a továbbiakban – ha másként nem jelölöm – az általa mért adatokra hivatkozom.

A Webaudit rendszer a honlapok látogatói által kezdeményezett oldalletöltések mennyiségét, a látogatók és a látogatások számát méri és hitelesíti. A mérési módszer az auditált honlap napi teljes forgalmának mérésén túl alkalmas a tematikusan elkülönített oldalcsoportok (aloldalak, rovatok, szolgáltatások stb.) látogatottságának mérésére is, így a honlapok forgalmának nemcsak a nagyságáról, de az összetételéről is képet tud adni. A mértékadó nemzetközi szabványoknak és ajánlásoknak megfelelően a Medián Webaudit a honlapok látogatottságát az alábbi fő mutatókkal jellemzi:

„**oldalletöltés - PI** (*page impression*): a látogatók által kezdeményezett oldalletöltések száma az auditált site-on;

**látogatás:** a látogatók számának és a látogatók által az auditált site oldalain eltöltött időnek egyidejű jellemzésére alkalmas mutató. Az auditált site egyazon látogatójának oldalletöltései a mért site-on mindaddig egy látogatást jelentenek, míg az oldalletöltések sorozata nem tart tovább 30 percnél. Ez gyakorlatilag azt jelenti, hogy a látogató első oldalletöltése elindít egy látogatást, amely állhat csupán ebből az egyetlen oldalletöltésből, de állhat számos oldalletöltés sorozatából is, azonban egy látogatás időtartama legfeljebb 30 perc lehet. A látogatás kezdetét jelentő oldalletöltést több mint 30 perccel követő oldalletöltés már egy új látogatás kezdetét jelenti.

**látogató:** megadja, hogy az adott napon hány egyedileg megkülönböztethető internet-felhasználó (látogató) töltött le oldalakat a mért site-on, függetlenül a letöltött oldalak számától és a site-on eltöltött időtől. A napi látogatószám mellett heti és havi látogatószámot is kalkulál a rendszer.”<sup>2</sup>

A Medián Webauditon túl a GfK Hungária-Szonda Ipsos Nemzeti Médiaanalízise 2002 óta közöl kérdőíves vizsgálaton alapuló részletes becsléseket a vezető portálok látogatóiról, a kutatók és a médiatervezők által a napilapoknál már megszokott rendszerben. Míg a Medián Webaudit napi bontásban, jól szegmentálva mutatja az egyes internetes tartalmak olvasottsági dinamikáját, de minőségi látogatóelemzést nem nyújt, a Nemzeti Médiaanalízis az egy portálra jutó összes látogatót méri negyedéves görgetéssel publikálva, és ezeken a csoportokon belül részletes kvalitatív bontást ad. Ezért a médiatervezők, a médiatulajdonosok és a kutatók a két adatszolgáltatást együttesen használják (Szabó, 2004).

## Hírvezérelt növekedés

Az *Internetto* tündöklése és bukása óta sokan próbálkoztak a magyar hírportálpiacon, az *Index.hu* mellett azonban csak a Matáv-csoport piacvezető internetszolgáltatója, a MatávNet (ma Axelero Rt.) által 1998-ban alapított [*origo*]-nak sikerült hosszú távon megvetnie a lábát. Az [*origo*] a legnépszerűbb magyar internetkereső (Vizsla) és ingyenes levelezőrendszer (Freemail.hu) integrálásával gyorsan a leglátogatottabb magyar portállá vált, és azóta is őrzi vezető pozícióját, amelyet – az *Index.hu*-hoz hasonlóan – önálló szerkesztőség által előállított erős hírszolgáltatással támogat. A Medián Webaudit a leglátogatottabb magyar weboldalakat tartalmazó toplistájának első öt pozíciójában ma az [*origo*] és az *Index.hu* mellett csak egy katalógusoldal (a *Startlap.hu*), egy közösségi szolgáltatás (a *Habostorta.hu*) és egy erotikaportál (a *Mellesleg.hu*) szerepel, ezek azonban nem nyújtanak saját hírszolgáltatást, ezért a hírportálokéhoz képest elhanyagolható a tájékoztató, közvéleményformáló szerepük.

A két meghatározó magyar hírportál forgalma 2000 óta a látogatások, az egyedi látogatók és a letöltött oldalak számát tekintve is megsokszorozódott. A Webaudit egy átlagos héten, 2000. március 2. és 8. között a hét nap átlagában az [*origo*] weboldalain 98 000 látogatást és 190 000 oldalletöltést, míg az *Index.hu* weboldalain 37 000 látogatást és 131 000 oldalletöltést (Bodoky, 2000) regisztrált, ám a jelenlegitől akkor még eltérő mérési módszer miatt az adatok precíz összevetésére csak 2001-től van mód (lásd az 1. táblázatot). Ahogyan a Medián Webaudit „Hazai weblátogatottság 2001–2005” című közleménye fogalmaz:

„Mára a világhálón – más médiumokhoz hasonlóan – a hazai internetezők kiválasztottak néhány vezető portált, amelyeket preferálnak, amelyeket rendszeresen látogatnak. [...] Mindebből következik, hogy a hazai vezető portálok látogatottsága az általánosan jellemző fejlődési ütemnél gyorsabban növekedett, vagyis a táblázatban olvasható növekedési arányok meghaladják az átlagos hazai fejlődési ütemet. Ugyanakkor azt sem szabad elfeledni, hogy a vezető portálokat a hazai internetezők egyre nagyobb



hányada látogatja, így a látogatottságuk növekedése egyre jobban tükrözi a teljes hazai internet-forgalom növekedését” (Medián Webaudit sajtóközlemény, 2005. április).

**1. táblázat:** Az [origo] és az Index.hu látogatottságának alakulása 2001–2005 között

| Látogatás                 | 2001.<br>I. n.év | 2002.<br>I. n.év | 2003.<br>I. n.év | 2004.<br>I. n.év | 2005.<br>I. n.év | 4 éves<br>vált. |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| <b>[origo]</b>            | 253 094          | 434 232          | 624 950          | 987 942          | 1 399 618        |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 72%              | 44%              | 58%              | 42%              | 453%            |
| <b>Index.hu</b>           | 134 007          | 223 977          | 280 831          | 388 594          | 604 700          |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 67%              | 25%              | 38%              | 56%              | 351%            |
| Oldalletöltés             | 2001.<br>I. n.év | 2002.<br>I. n.év | 2003.<br>I. n.év | 2004.<br>I. n.év | 2005.<br>I. n.év | 4 éves<br>vált. |
| <b>[origo]</b>            | 1 079 963        | 2 743 633        | 5 696 274        | 11 493 704       | 17 417 385       |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 154%             | 108%             | 102%             | 52%              | 1513%           |
| <b>Index.hu</b>           | 735 559          | 1 929 432        | 2 860 008        | 3 665 504        | 6 160 678        |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 162%             | 48%              | 28%              | 68%              | 738%            |

*Forrás: Medián Webaudit*

A portálok látogatottságának növekedési ütemét – a Medián Webaudit szakértői szerint – még pontosabban közelíti a nyitóoldalak forgalmi adatsora (lásd a 2. táblázatot). A vezető portálok ismertsége és népszerűsége nyitólapjuk forgalmának növekedését is erősíti, ugyanakkor a hírportálok nyitólapján jellemzően nem töltenek hosszú időt a látogatók, így a vizsgált forgalmi mutatók alakulása inkább alulról közelíti a hazai weblátogatottság növekedési trendjét. A Webaudit közleménye szerint a vezető portálok látogatottságának növekedési üteméből a hazai internetpenetráció növekedési ütemére vonatkozó következtetéseket is levonhatunk:

„A hazai internethasználat jellemzésére az internet-hozzáférések száma és minősége, az internetezők száma és aktivitásuk mértéke a legalkalmasabb mutatók. A felsorolt tényezők eredője alapvetően befolyásolja a hazai weboldalak látogatottságát, így a látogatottsági eredmények hosszú távú alakulása összhangban kell hogy legyen a hazai internetpenetráció alakulásával, éppen ezért alkalmas az internetpenetráció növekedési ütemének jellemzésére” (Medián Webaudit sajtóközlemény, 2005. április)

A médiapiac szokatlanul magas növekedési ütem magyarázata részben az, hogy az [origo] és az Index.hu egyaránt horizontális portálként viselkedett az eltelt évek során, vagyis igyekezett minél több és változatosabb online tartalmat és szolgáltatást integrálni a nyitóoldala alá. Az [origo] internetkeresője, ingyenes levelezőrendszere, szoftverbázisa, az Index.hu fóruma, mellékletei, társkiadványai önmagukban is jelentős növekedési potenciált jelentettek a lassan bővülő internetpiacon, véleményem szerint azonban még ennél is fontosabb tényező volt a hírszolgáltatás felhajtóereje, hiszen az elmúlt években regisztrált forgalmi statisztikákból kiderül, hogy a két portál életében rendre egy-egy rendkívüli, előre nem látható, magas hírértékű esemény hozta a rekordnézettségeket. A forgalmi statisztikák szerint évente csupán néhány alkalommal fordult elő, hogy egy-egy rendkívüli esemény miatt a forgalom gyorsan és igen nagy mértékben megnövekedett, ám a portálok látogatottsága az ilyen események után általában hosszú távon is magasabb maradt, és nem esett vissza a rendkívüli eseményt megelőző szintre. A vezető magyar hírportálok életében ilyen ugrásszerű növekedést okozott a 2001. szeptember 11-i terrortámadás, a 2002-es országgyűlési választás, majd a 2003-as iraki háború kitörése is.

**2. táblázat:** Az [origo] és az Index.hu nyitóoldali látogatottságának alakulása 2001–2005 között

| Látogatás                 | 2001.<br>I. n.év | 2002.<br>I. n.év | 2003.<br>I. n.év | 2004.<br>I. n.év | 2005.<br>I. n.év | 4 éves<br>vált. |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| <b>[origo] nyitóoldal</b> | 111 765          | 127 243          | 190 212          | 293 565          | 445 613          |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 14%              | 49%              | 54%              | 52%              | 299%            |
| <b>Index.hu címlap</b>    | 64 824           | 91 454           | 144 882          | 206 233          | 288 236          |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 41%              | 58%              | 42%              | 40%              | 345%            |
| Oldalletöltés             | 2001.<br>I. n.év | 2002.<br>I. n.év | 2003.<br>I. n.év | 2004.<br>I. n.év | 2005.<br>I. n.év | 4 éves<br>vált. |
| <b>[origo] nyitóoldal</b> | 236 155          | 230 025          | 376 670          | 574 784          | 889 793          |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | -3%              | 64%              | 53%              | 55%              | 277%            |
| <b>Index.hu címlap</b>    | 134 829          | 174 927          | 295 648          | 416 565          | 570 329          |                 |
| <b>évenkénti változás</b> |                  | 30%              | 69%              | 41%              | 37%              | 323%            |

*Forrás: Medián Webaudit*

2001. szeptember 11-én, az Egyesült Államok elleni terrortámadás napján a világ összes internetes hírszolgáltatója rekordlátogatottságot regisztrált. Az [origo] és az Index.hu látogatottsága minden korábbi rekordot megdöntött, az aktív internetezők többsége a tragédiát követő időszakban használta a netet, és a vezető hírportálok valamelyikéről szerezte be az eseményekkel kapcsolatos információkat. A világ vezető internetes hírszolgáltatóinak leterheltsége már néhány perccel a repülőgépek becsapódása után drámai módon megnőtt: a CNN.com, az MSNBC.com, a

*Yahoo News, az ABCNews.com és a FoxNews.com* szerverei néhány órán át nem vagy csak rendkívül lassan tudták kiszolgálni látogatóikat. Az elérhetőség kedvéért több hírszolgáltató leegyszerűsítette és kizárólag a terrortámadásoknak szentelte nyitóoldalát (Bodoky, 2001). 2001. szeptember 11-én az *[origo]* olvasói 443 000 látogatás alkalmával összesen 1 869 000 oldalnyi információt hívtak le a portálról. Az *Index.hu* iránt is rekordérdeklődés mutatkozott: 327 000 látogatás során 1 455 000 oldalt hívtak le az olvasók. Az *[origo]* korábbi napi rekordja a portál közleménye szerint a látogatások számát tekintve 372 000 volt, a letöltött oldalak tekintetében pedig 1 645 000.

2002. április 8-án, az országgyűlési választások első fordulójának másnapján az *[origo]* oldalain 320 000 látogató összesen ötmillió oldalt tekintett meg: a háromszor annyi látogató egyenként több mint négyszer annyi oldalt töltött le, mint az azt megelőző időszak azonos napjain. 2003. március 20-án az iraki krízis következtében ismét drámaian megnőtt a kereslet az internetes hírszolgáltatások iránt. Az akció megindítása után a *Yahoo* az éjszakai időszakban szokásos forgalom háromszorosát regisztrálta. Valamivel kisebb, két-két és félszeres emelkedést tapasztalt az *MSNBC* portál, háromszoros forgalomról számolt be a *BBC News*. A Comscore Media Metrix piackutató cég szerint a 15 leglátogatottabb angol nyelvű híroldal a megszokottnál 40 százalékkal magasabb forgalmat regisztrált a támadás napján.

Az iraki háború kitörése előtt számos portál előre felkészült a várható többletforgalom kezelésére: a plusz szerverkapacitás beállítása mellett a hírek könnyebb elérhetősége kedvéért több hírszolgáltató – így az *[origo]* és az *Index.hu* is – leegyszerűsítette nyitóoldalát, a felület központi részét kizárólag a háborús híreknek szentelve. Az *[origo]* nézettségi adatai minden korábbi hazai csúcst megdöntöttek: az olvasók 840 000 látogatás során több mint 7,48 millió oldalnyi információt töltöttek le. Szintén új látogatottsági rekordot jegyezhetett az *Index.hu* is, olvasói közel 3,9 millió oldalt hívtak le 450 000 látogatás alkalmával. A szerkesztett tartalmat nem, de a magyar nyelvű hírtartalmakhoz vezető linkeket tartalmazó *Hírkereső* 28 százalékkal több oldalletöltést és 21 százalékkal több látogatást regisztrált ezen a napon, mint egy nappal előtte.

2005 márciusának első hetében az internetre került ügynöklisták okoztak rekordforgalmat a magyar hírportálokon. A Medián Webaudit mérési adataira épülő, 2005-ben indult TopNews szolgáltatás naponta elkészíti a legnépszerűbb hazai weboldalakon megjelenő hírek és cikkek látogatottsági toplistáját. A TopNews az összesített kimutatás mellett önálló látogatottsági rangsorokat is felállít egyebek mellett a politika, a gazdaság, a bulvár, a sport, az IT és a média témakörébe tartozó cikkekből. A 3. táblázat március első hetének (február 28–március 6.) összesített cikktoplistáját mutatja a 20 legolvasottabb, azaz legtöbbször letöltött hazai on-line cikk címével és helyezéssel. A 20 legolvasottabb cikk közül pont egy tucat foglalkozik az ügynöklistával, egyéb témájú politikai írás azonban nem tudott a heti top20-ba kerülni – még az egész héten át tartó gazdatüntetés sem. Az Oscar-gála három cikkel képviselteti magát, míg „valódi” bulvárhírt csupán egyet találunk, azt is csak a 14. helyen. A top20-as listába kerüléshez 30 000-nél több letöltésre volt szükség, míg a legolvasottabb cikket 200 000-szer nyitották meg. A toplistás cikkek nagy többsége a két vezető hazai hírportál oldalain jelent meg, ugyanakkor a hét slágertémájában különösen aktív *hvg.hu* két cikke is az élbolyba tudott kerülni.

Az elmúlt másfél év statisztikái összességében is azt mutatják, hogy a felhasználók mind több időt töltenek a világhálón, és mind több oldalt töltenek le: 2002 őszén, a valóságshow-k indulásakor a Webaudit rendszerben auditált oldalak összes oldalletöltéseinek száma a 23 milliót közelítette, 2003 tavaszán már 28 millió, az év végén 34 millió közeli, 2004 legforgalmasabb márciusi napján pedig már meghaladta a 39 milliót. Összehasonlításképpen: a Comscore Media Metrix, a vezető amerikai portálok látogatottságát mérő piackutató vállalat 2004. januári adatai szerint a világ leglátogatottabb portálja a *Yahoo*, amelyet a hónap során 110 milliónál is többen kerestek fel. A második helyre a Microsoft MSN-hálózata (109 millió látogató), a harmadikra a Time Warnerhez tartozó szolgáltatások futottak be (107 millió látogató).

**3. táblázat:** A Medián Webaudit által auditált hírportálok legolvasottabb cikkei 2005 márciusának első hetében

#### **A legolvasottabb cikkek a hazai weboldalakon 2005 márciusának első hetében**

1. Interneten az Antall-féle ügynöklista
2. A III/III. központi állománya: nevek, beosztások, rendfokozatok
3. Kiütéssel győzött a Millió dolláros bébi
4. Kommunisták az ügynökhálózaton kívül és belül
5. A papok hallgatnak, a tévések magyarázkodnak
6. Minden ezredik magyar ügynök volt
7. Megasztár: még egy lánnyal kevesebb
8. Fekete szoftver miatt a szolgáltatás szünetel
9. Szegvári Katalin, Juhász Előd, és Fényi Tibor is jelentett
10. Politikusok, egyházi vezetők a legújabb ügynöklistán
11. Aljasság, szégyenletes, gyalázatos az ügynöklista megjelenése
12. Mérsékelt figyelmeztetés az országnak
13. Névshowr
14. Batiz András roma lányt vesz feleségül
15. Véget ért a 77. Oscar-gála
16. A III/III központi állományának listája is kikerült a netre
17. Fontos felfedezés a C-vitaminról
18. Fisichella uralkodott az Ausztrál Nagydíjon

19. Versace tarolt az Oscar-ceremónián
20. Közzétették a rendszerváltáskori III/III-as tiszték névsorát

Forrás: Medián TopNews

## Üzleti modell

A hírportálok életképességével kapcsolatban a leggyakrabban hangoztatott ellenérv gazdasági természetű. Az on-line médiumra általában is igaz, hogy sokáig nem igazán látszott, milyen bevételekből lehet egy internetes kiadványt fenntartani. Az 1990-es évek végén volt néhány próbálkozás egyes on-line kiadványok előfizetőségére, ezek azonban rendre kudarcot vallottak: a felhasználók nem voltak hajlandók olyan tartalmakért – például a hírekért – fizetni, amelyekhez más weboldalakon ingyen is hozzájuthattak. A 2000–2001-es, az internetvállalatok tőzsdei túlértékeltségét radikális korrekcióval letörő „dotkomcsődig” a nagy portálok befektetőik pénzét költötték, aki azonban ezután is állva maradt, az kénytelen a piaci bevételeiből fedezni a kiadásait. A lehetséges üzleti modellek közül az ingyenesen elérhető, hirdetésekkel finanszírozható tartalomszolgáltatás bizonyult életképesnek, és a nagy portáloknak sikerült megvetniük a lábukat a reklámpiacon is. A Nielsen/Netratings felmérése szerint az on-line média az Egyesült Államokban 3,3 százalékos szeletet hasított ki a teljes 2003-as reklámtortából, és az on-line reklámköltés még mindig körülbelül 10 százalékkal növekszik évente.

A 2003-as magyar adat – kétmilliárd forint, azaz valamivel kevesebb, mint 2 százalék – szerényebb ugyan, ám az internetellátottság is jóval szerényebb, mint a tengerentúlon, viszont az igazán fizetőképes hirdetői célcsoportok szinte teljes létszámban jelen vannak az olvasók között – ez a tény pedig jól pénzre váltható prémiumjelleggel kölcsönöz a netes médiafelületeknek. Különbözünk még abban is, hogy a növekedési dinamikánk erőteljesebb: az on-line hirdetési piac összességében legalább egyharmadával nőtt 2003-ban, a vezető médiatulajdonosok bevételeinek növekménye pedig az 50 százalékot is meghaladta. Bevételei alapján az első három piaci helyen a Matáv-érdekeltségű [*origo*], a Sanoma-birodalomhoz tartozó *Startlap* és a még mindig hazai többségi tulajdonban lévő *Index.hu* osztoznak, a hirdetési bevételek háromnegyede náluk landol (Gerényi, 2004). A piacvezető on-line médiumok – az Axelero Rt., az Index Rt., a Ringier Kiadó Kft. és a Sanoma Budapest Kiadó Rt. – 2004 elején megállapodtak abban, hogy az on-line hirdetési piacról – negyedéves rendszerességgel – nyilvánosságra hozzák összesített bevételi adataikat. Mivel kizárólag a reklámtortából megszerzett tényleges hirdetési bevételekről kívántak valós képet kapni és adni a piac többi szereplőjének, a forgalmi adatok nem tartalmazzák a bartermegállapodások értékét és az egyéb szolgáltatásokból származó bevételeket. A négy legnagyobb on-line kiadó adataira támaszkodó „on-line hirdetési index” szerint 2003 első negyedévéhez képest 2004-ben 50 százalékkal nőtt az on-line hirdetési piac mérete.

A Magyar Reklámszövetség 2003. novemberi konferenciáján a szakma öt évesnek nyilvánította a hazai internetes reklámpiacot. Az internetes reklámfelület archetípusa a szabványos méretű banner, amely az oldal felső szélé mentén, esetleg az oldal fejlécébe beépítve vízszintes hirdetési szalagként helyezkedik el. A legtöbb gyakran használt on-line hirdetési formát a bannertől alapvetően csak a mérete és a weboldalon való elhelyezése különbözteti meg. A méretváltozatokat Magyarországon jellemzően 2001-ben kezdték el bevezetni, amikor a növekvő számú hirdető igényeinek a hagyományos banner már csak korlátozottan volt képes megfelelni. A vezető portálok két-három olyan reklámformátumot építettek az oldalaikba, amelyek amerikai előképeken vagy az Interactive Advertising Bureau (IAB, [www.iab.com](http://www.iab.com)) ajánlásain alapulnak (Szabó, 2004).

Az on-line hirdetések sajátossága, hogy általában kattinthatók, vagyis az érdeklődők azonnal átléphetnek a hirdető által megjelölt weboldalra, és ott további információkat szerezhetnek a hirdetéssel kapcsolatban. Ugyan kézenfekvő a gondolat, hogy a nyomtatott sajtóhoz hasonlóan a weboldalakon is adott időszakra, például napra vásároljon hirdetést a reklámozó, az oldalankénti tartalomfogyasztás lehetőséget ad az oldalletöltésre lebontott reklámkiszolgálásra is – ez azért kecsegtető, mert elvben sokkal pontosabb célzást tesz lehetővé, mint bármely más médiaág:

„A hirdetés-kiszolgáló modul (adserver) minden egyes kiszolgált hirdetést rögzít, a hirdetés-kiszolgálás alapértéke a megjelenített hirdetés, angol nevén az ad view vagy ad impression vagy download. Ez az egy böngésző számára egy letöltött tartalmi oldalon megjelenített egy darab hirdetést jelenti. Az ad view-rendszerben megoldható, hogy az adott büdzsét időben széthúzva, akár több tartalmi felületre is elosztva lehessen elkölteni egy médiumnál. Az on-line reklámkampányokba egyszerűen bele lehet nyúlni, a kreatívok módosításának költsége meglehetősen alacsony és a változtatások gyorsan kivitelezhetők, a kampány időzítése és lefutása pedig szinte korlátlanul módosítható akár futás közben is” (Szabó, 2004).

Az időalapú és a megjelenésszám-alapú kampányok mellett 2004-ben az egyedi látogatószám-alapú hirdetéskiszolgálás is hozzáférhetővé vált a magyar piacon.

## Jogi szabályozás

Az új médium szabályozásának mikéntjéről, végső soron az internetes szólásszabadság korlátainak megállapításáról évek óta világszerte kiterjedt diskurzus folyik. Az új médium szabályozása számos elméleti kérdést vet fel: Mivel az internet összemosza a nyilvános és a magánkommunikáció közötti hagyományos határt, nem eldöntött, hogy melyik szabályozását kell az on-line kommunikációra alkalmazni; továbbá mivel az új média hibrid, azaz egyesíti magában egyfelől a nyomtatott sajtó, másfelől a rádió és a televízió sajátosságait, nem egyértelmű, hogy melyik szabályozási logika: a megengedőbb sajtótörvény vagy a szigorúbb médiatörvény vonatkozzék rá.\*

Az Egyesült Államokban az internetes kommunikációt szabályozni hivatott 1996-os *Communications Decency Act*

(CDA) körül zajló, nagy port felvert jogvita döntő kérdése is az volt, hogy az internet működésének törvényi kereteit a nyomtatott sajtó vagy a rádió és a televízió mintájára kell meghatározni. A CDA száműzte volna az internetről az erkölcsstelennek ítélt tartalmakat, ám az *American Civil Liberties Union (ACLU)* jogvédő szervezet az on-line szólásszabadság korlátozását féltő keresetei nyomán az amerikai bíróságok a törvényt alkotmányellenesnek ítélték, így a tiltás nem lépett érvénybe (Molnár, 2002).<sup>\*\*</sup> A megengedőbb szabályozás mellett érvel Molnár Péter médiajogász is:

„A rádióknak és a televízióknak olyan egyidejű tömeghatása lehet, amit a személyesebben használható nyomtatott sajtó vagy az internet nem tud kiváltani. Ezért az informatika, a távközlés és a média konvergenciája sem indokolhatja az internet rádiózáshoz és televíziózáshoz hasonló szabályozását, mert az súlyosan veszélyeztetné a világháló kreatív szabadságát” (in Bodoky, 2003).

Az interneten megjelenő nyilvános információk tartalmának jogi szabályozására Magyarországon első ízben „Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások és az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló” 2001. évi CVIII. törvény (ismertebb nevén az e-ker. törvény, a továbbiakban: Ektv.) tett kísérletet, amelyet az elektronikus kereskedelemről szóló 2000/31/EK EU-irányelv (a továbbiakban: EKI) alapján szövegezett meg a terület akkori gazdája, a Miniszterelnöki Hivatal Informatikai Kormánybiztossága. Az irányelv harmonizációja azonban a 2002-ben létrejött Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) szerint nem sikerült tökéletesen, ezért a minisztérium 2003-ban a jogszabály módosítását kezdeményezte (Bodoky, 2004a).<sup>\*\*\*</sup>

A törvényt módosításához önálló javaslatot nyújtott be a minisztériumnak a legjelentősebb hazai internetes médiavállalkozásokat tömörítő Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete (MTE, [www.mte.hu](http://www.mte.hu)). A 2001-ben alakult önszabályozó testületet a legjelentősebb hazai internetes tartalomszolgáltatók – köztük az *Index.hu* és az *[origo]* – hozták létre annak érdekében, hogy „a tartalomszolgáltatók egyeztetett és szakmailag megalapozott állásfoglalásokkal, és az önszabályozás eszközeivel járuljanak hozzá a hazai internetes piac fejlődéséhez”. Az Egyesület létrejöttének közvetlen előzménye Körmeny-Ékes Judit akkori ORTT-elnök *Népszabadság*beli nyilatkozata volt, amelyben állami internetszabályozást sürgetett:

„Az új média szinte egyáltalán nem kínál valóban újszerű tartalmat, és igazán hasznos információkból is keveset szolgáltat, az emberek többsége csupán pornóképek nézegetésére használja” (in *Népszabadság*, 2000. október 25.).

Mivel korábban a szocialisták is állami tartalomszabályozási elképzelésekkel álltak elő, a vezető internetes tartalomszolgáltatók az MTE-be tömörülve önszabályozási elképzelésekkel álltak elő, hogy megelőzzék az állami beavatkozást.

Az MTE törekvése az, hogy az internet szabályozása a lehető legkisebb állami beavatkozás mellett történjen meg, és a hangsúly az önszabályozásra kerüljön. Ennek érdekében az MTE kialakította az internetes tartalomszolgáltatás szakmai kódexét, valamint a hazai tartalomszolgáltatás etikai normáinak általánosan elfogadható rendszerét tartalmazó etikai kódexet. A vitás kérdések eldöntésére az egyesület szakmai döntőbizottságot állít fel, amelynek döntéseit az MTE tagjai magukra nézve kötelezőnek fogadják el. Alapítói azzal a céllal hozták létre az MTE-t, hogy az internetes média önszabályozó testületeként vegyen részt az internetes tartalomszolgáltatás szabályozásáról zajló szakmai vitákban, illetve az internettel kapcsolatos törvények előkészítésében. Az MTE végül törvénybe iktatott javaslatainak értelmében például a beszélgető fórumok hozzászólásai és más felhasználói tartalmak nem minősülnek „szolgáltatásnak”, a tartalomszolgáltatók önszabályozását pedig az állam nem „felügyeli”, hanem „elismeri és támogatja”.

Az MTE szerint az állam részéről az önszabályozás alkotmányos alapjainak megteremtése, vagyis törvényi elismerése mellett további aktív közreműködésre, vagyis támogatásra is szükség van, hiszen fel kell számolnia azokat a jogszabályi akadályokat, amelyek gátolják az önszabályozás érvényesülését, illetve hatályon kívül kell helyeznie azokat a jogi rendelkezéseket, amelyek „benyúlnak” az önszabályozás területére. A nagy tartalomszolgáltatók azt szeretnék, ha az állam bizonyos feladatok elvégzését átadná az önszabályozó szervezeteknek: az MTE például több ízben – 2002-ben mind az országos, mind az önkormányzati választások alkalmával – végzett monitoring tevékenységet az egyes tartalomszolgáltatók körében, azt vizsgálva, hogy a hatályos jogszabályok alapján a szolgáltatások megfelelnek-e az előírásoknak, vagyis betartják-e a kampánycsendet az interneten. Ez azonban a nagy hírportálok részéről egyelőre csupán önkéntes önkorlátozás, mert gyakorlatilag ugyanolyan jogi megítélésű tevékenységet ma különböző jogi státusban folytatnak a tartalomszolgáltatók: csak a saját belátásukon múlik, hogy minek minősítik magukat, vállalják-e a lényegesen kedvezőtlenebb következményekkel járó „sajtótevékenység” alá történő besorolást.

Az MTE – amely korábban ajánlásokat bocsátott ki az internetes fórumokon megjelenő véleményekkel, a szexuális szolgáltatások on-line hirdetésével és a [halapenz.hu](http://halapenz.hu) körüli médiavitával kapcsolatban is – álláspontja szerint az on-line médiának mindenekelőtt a hatályos sajtótörvény módosításával, részben a törvény által definiált fogalmak pontosításával, részben az on-line sajtótevékenység specialitásait figyelembe vevő részletszabályokkal lehetséges megfelelő szabályozási keretet biztosítani. Impresszumot, archiválási kötelezettséget, nyilvántartásba vételt írnának elő az on-line médiumnak is, ezáltal az ilyen orgánumokkal szemben a sajtó-helyreigazítási eljárások is lefolytathatóvá válnának. Nem vonatkozna viszont rájuk a törvénybe ütköző tartalmak gyors eltávolítására lehetőséget nyújtó úgynevezett értesítési-eltávolítási eljárás, mivel ezáltal a helyreigazítandó közlemény valóságtartalmának bíróság általi elbírálása kerülne veszélybe.

## Összegzés

A kommunikációkutatás az internetet elsősorban a személy-, a csoport- és a szervezetközi kommunikáció

szempontjából vizsgálja, az elmúlt években azonban az új médiumnak létrejött egy olyan szegmense, a hírportál, amely klasszikus tömegműveletként viselkedik, ezért alkalmazhatók és alkalmazandók is rá a tömegkommunikáció elméleti keretei. A más típusú médiumok tartalmának pusztán utánkölésére vállalkozó weboldalak soha nem lettek igazán sikeresek, az on-line médium sajátosságait kihasználó vezető hírportálokhoz viszont ma már a fejlett országokban és Magyarországon is a nyomtatott sajtó és az elektronikus média vezető orgánumaival összemérhető közönségük van. Magyarországon a kezdetben sokszereplős mezőnyből tartósan kiemelkedni és mértékadó hírforrássá válni az *Index.hu*-nak és az *[origo]*-nak sikerült, olvasottságuk a nyomtatott sajtóéval vetekszik, növekedési ütemük pedig egyedülálló a magyar médiapiacra.

A növekedés motorja mindkét portál esetében az önálló szerkesztőség által nyújtott hírszolgáltatás, különösen rendkívüli események idején: a vezető magyar hírportálok nézettségében ugrásszerű növekedést okozott a 2001. szeptember 11-i terrortámadás, a 2002-es országgyűlési választás, majd a 2003-as iraki háború kitörése is. A két legnagyobb magyar hírportál ma már tömegműveletként viselkedik abból a szempontból is, hogy primer hírforrásként jelenik meg a magyar nyilvánosságban, illetve a közhatalom ellenőrzésének igényével lép fel, és adaptálta az angolszász oknyomozó újságírás műfaját.

A lehetséges üzleti modellek közül az ingyenesen elérhető, hirdetésekkel finanszírozható tartalomszolgáltatás bizonyult életképesnek, és a nagy portálokhoz sikerült megvetniük a lábukat a reklámpiacon is: a négy legnagyobb on-line kiadó adataira támaszkodó „on-line hirdetési index” szerint dinamikusan növekszik az on-line hirdetési piac mérete. A hírportálok jogi helyzete egyelőre nem kellőképpen tisztázott, a vezető portálok azonban önként vállalják a „sajtótevékenység” jogi következményeit.

## Irodalom

Bodoky Tamás (2000) A haladás előőrse. *Magyar Narancs*, április 6.

Bodoky Tamás (2001) Háborús hírverseny az interneten. *Médiamix*, november.

Bodoky Tamás (2003) „A szólásszabadság nem csak liberális érték.” Interjú Molnár Péterrel. *Magyar Narancs*, február 13.

Bodoky Tamás (2004a) Internetes tartalomkontroll. *Magyar Narancs*, 2004. január 8.

Bodoky Tamás (2004b) Oknyomozó újságírás a neten. In: Csermely Ákos (szerk.) *Digitális jövőképek konferenciakötet*. Budapest: Média Hungária Könyvek, 172–185.

Deuze, Mark (2003) A web és a webes újságírás típusai. *Médiakutató*, ősz.

Gerényi Gábor (2004) Nagy csaták, valódi szereplőkkel. *Médiamix*, április.

McQuail, Denis (2003) *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Osiris.

Morris, Merrill & Ogan, Christine (1996) The Internet as Mass Medium. *Journal of Computer Mediated Communication*, március.

Papacharissi, Zizi (2003) Az internet mint a társadalmi nyilvánosság tere. *Médiakutató*, tavasz.

Szabó Ákos (2004) Száz bannert kérek, csomagolva! *Médiamix*, február.

Uj Péter (2004) Lángoló állatok, meztelen nők. In: Csermely Ákos. (szerk.) *Digitális jövőképek konferenciakötet*, Budapest: Média Hungária Könyvek sorozat, 205–221.

## Lábjegyzetek

1

Esztergomban 1996-ban robbant fel egy ketchupos dobozba rejtett bomba; az esetet követően a rendőrség az internetszolgáltatókhoz fordult, és a környék előfizetőinek az adatait kérte. A szolgáltatók többsége a megyei ügyészi ellenjegyzéssel nyomtatékosított rendőrségi kérésnek eleget téve kiadta előfizetői nevét a nyomozóknak. A rendőrség azért kérte az adatokat, mert felmerült a gyanú, hogy a tettes a hálózatról szerezte a bomba készítéséhez szükséges ismereteket.

2

Forrás: [www.webaudit.hu](http://www.webaudit.hu) (utolsó letöltés: 2005. május 10.)

\*

Lásd még Polyák Gábor „Megjegyzések a digitális kor médiapolitikájához” című írását lapunk 2002. őszi számában – a szerk.

\*\*

Lásd még Lustyik Katalin „A netpornográfia és az amerikai gyermek” című írását lapunk 2000. őszi számában – a szerk.

\*\*\*

Lásd még Bayer Judit „Személyiségjog-sértések kontra szólásszabadság a neten: eltávolítás vagy válaszadás?” című írását lapunk 2003. őszi számában – a szerk.





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](#)

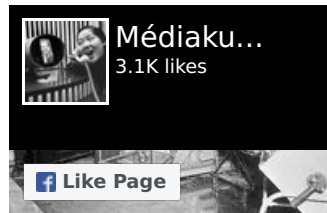
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2005 nyár

### Jog

[Fleck Zoltán:](#)

# A szólás szabadsága és a személyiség védelme a polgári jogi bírói gyakorlatban

**A tanulmány a bírói gyakorlat elemzésével a szólásszabadság korlátozásának egyik oldalát, a polgári jogi eszközrendszert vizsgálja. Középpontjában a jogterület néhány általános jogértelmezési problémáján túl a sértő, jogszerűtlen és a megengedhető vélemények közötti jogalkalmazói határhúzás, valamint a valóságnak nem megfelelő közlések kezelése áll. A tanulmány azt igyekszik illusztrálni, hogy sem a tényállítás és a vélemény elhatárolása, sem a „megengedhető” vélemény elhatárolása nem ellentmondásmentes területe a gyakorlatnak. Ezek az ellentmondások alkotmányos jogok ütközéséből származnak, és a határmódosítások jobbára a véleménykifejtés alkotmányos jogának sérelmére történnek. Ez kedvezőtlenül befolyásolhatja a nyilvános megszólalás lehetőségeit. Ugyanakkor a bírói gyakorlatban tapasztalható ellentmondások a jogrendszer szerves részét képezik, megismerésük e területtel foglalkozók elemi érdeke.**

Van-e alapja annak a gyakran elhangzó véleménynek, hogy a bíróság kiszámíthatatlan módon korlátozza a szólás szabadságát, akadályozza a politikai szféra ellenőrzését a politikusok és az intézmények bírálatának szankcionálásával? Ezek a súlyos kérdések nem válaszolhatóak meg egyszerűen, a gyakorlat elemzése nélkül. Tanulmányommal azt szeretném illusztrálni, hogy az út az alkotmányos jogok állapotának felméréséhez a bírói ítéletek értékelésén át vezet. Az alkotmányos védelemben részesülő véleményszabadságot nem a személyiség védelmének jogi eszközrendszere korlátozza a legsúlyosabban, a bírói gyakorlat határhúzásai mégis jelentősek, hiszen a szűkszavú jogszabályokkal, az absztrakt alkotmánybírói határozatokkal szemben konkrét személyek ténylegesen elhangzó vagy leírt szövegeiről állítják, hogy megengedhetőek vagy jogsértőek. Ezzel a bírói gyakorlat jelentősen befolyásolja a nyilvános megszólalás lehetőségeit: ha az ítéletek például korlátozzák a politikai közszereplők bírálhatóságát, a politikai rendszer veszít demokratikus-jogállami jellegéből, a nyilvánosság kontrollszerepének gyengítésén keresztül. Ez a tanulmány csak a polgári jogi területre tartozó személyiségvédelmi eszközrendszerrel tudósít, a teljesebb képhez hozzátartozik a rágalmozás és a becsületsértés büntetőjogi tényállásai körül kialakult ítélkezési gyakorlat és néhány egyéb, nem lényegtelen összefüggés is (így a perbeli legitimáció kérdése, a szankciórendszer).

Nehéz területe ez a bírói gyakorlatnak: alkotmányos jogok ütköznek, egyaránt fontos értékek között kell mérlegelni, egyensúlyozni szűkszavú jogszabályok, az Alkotmánybírói értelemezései és a Legfelsőbb Bíróság irányelvei, eseti döntései segítségével. De a jogalkalmazó szempontjából nehéz azért is, mert fokozott, gyakran politikai figyelem irányul a területre, szinte állandó az elégedetlenség a szólásszabadságot nyirbáló bírói ítéletek miatt. Túl erős a nyilvánosság figyelme, túl nagy a politizáltság – az elmúlt években újra stratégiává vált pert nyerni a politikai ellenféllel szemben és ezzel némi médiaelőnyt szerezni. Érdeemes megjegyezni, hogy a nagyobb nyilvánosság, a közvélemény jobb tájékoztatása a bírói hatalmat nem tenné védtelenebbé, a bíróságoknak kevesebb olyan kritikát kellene eltűrniük, amely az ítéletek ismerete nélkül fogalmazódik meg. Ha viszont a kritika megalapozott, az sem csökkenti a bíróság tekintélyét annyira, mint a megismerhetetlen gyakorlat.

E jogterületeken nagyobb a jogalkalmazó szubjektumának szerepe, és részben más természetű képességeket is igényelnek: a jogon kívüli elemek, a nyelvtani, a stilisztikai, a szerkesztési és a társadalmi elemzések gyakran megkerülhetetlenek. Az sem könnyíti meg a bírók helyzetét, hogy az átlagnál nagyobb a fellebbezések aránya, a felek tipikusan végigmennek a lehetséges fórumokon, szűk a megegyezés lehetősége.

A véleményszabadság polgári jogi korlátait két részre bontva tárgyalom: a valótlan tényállítások és a jogsértő vélemények jogi kezelése a gyakorlatban is elkülönül egymástól, de látni fogjuk, hogy ez a distinkció néhol nem egyszerű: a nyelvhasználat bonyolulttá teszi a jogszabályszövegekben még világos fogalmakat.

A büntetőjogi szankcionáláshoz képest a polgári jogi igényérvényesítés jobban illik a verbálisan megvalósított jogsértésekhez. Kétségtelen, hogy a nyilvános megszólalással az emberi méltóság súlyos sérelmét lehet okozni, de érdemes azt is végiggondolni, hogy az emelkedő összegű nem vagyoni kártérítéssel a polgári jellegű

szankciórendszer nem kevésbé éles fegyvert ad a döntéshozó kezébe.

A polgári jog mind a valótlan tények jogsértő közlését, mind az emberi méltóságot sértő véleményeket tiltja, eltérő mércéket alkalmazva a tényközlések és a vélemények tekintetében. A vélemények nagyobb szabadságot élveznek, de nem korlátlanul, a bírósági gyakorlat definiálja az egyén méltóságát sértő nem megengedhető vélemények sajátosságait. Ebben a munkában a jogalkalmazóra az a gyakran nem egyszerű feladat vár, hogy elkülönítse egymástól a közlés e két típusát, meghúzza a határokat a megengedhető és a jogellenes véleménykifejezések között, és eltérő mércéket dolgozzon ki a közszereplők vonatkozásában.

### **Megengedhető és nem megengedhető vélemények a személyiségi jogi perekben**

A ma érvényesülő polgári bírói ítélezésben alapvetően érvényesülnek a formálisan sajtó-helyreigazításról szóló, de annál tágabb értelmű legfelsőbb bírósági állásfoglalások és az Alkotmánybíróságnak a szólásszabadságról kifejtett véleményei, azonban néhány kritikus esetben csorbulnak az elvek, és a vélemény kifejtésének szabadsága. A PK. 12. sz. állásfoglalás szerint személyiséget sértő valótlan tényközlés hiányában a vélemény, a bírálat, az értékelés akkor alapoz meg személyiségi jogi igényt, ha a véleményben a „kifejezőmódjában indokolatlanul bántó, lekicsinylő, lealacsonyító, durván sértő kifejezés használata okoz sérelmet”. Az állásfoglalás példákat sorol a nem jogszerű véleménynyilvánításra: „felesleges, sértegetésre irányuló, a társadalomban kialakult kulturált érintkezési mód követelményei szerint sem megengedett közlési mód használata”. A Legfelsőbb Bíróság elvi jelentőségű eseti döntése is megerősíti ezt az elvet: kifejezőmódjában akkor lehet jogsértő a bírálat, ha aránytalanul túlzó, indokolatlanul bántó, lealázó, lekicsinylő (BH 1993/89). A bíróságok tehát nem ítélik meg a vélemény tartalmát (amennyiben az nem véleménybe bújtatott tényállítás), kizárólag a vélemény kifejtésének módját, a használt kifejezéseknek a közmegítélés szerinti, tehát nem a sértett fél érzékenységtől függő jellegét vizsgálhatják. Az Alkotmánybíróság döntéseinek értelmében a véleménynyilvánítás szabadsága az értékítéletre, a véleményre attól függetlenül terjed ki, hogy az értékes vagy értéktelen, észérveken vagy érzelmeken alapul; szűk körben az emberi méltóság, becsület képezheti e szabadság korlátját. Annak az elvnek az elfogadása tekintetében is egységes a bírói gyakorlat, hogy a közszereplők esetében a vélemény kifejtésének bántó, sértő módozatai közül több tolerálandó, mint a nem közszereplők esetében. Néhány esetben azonban e szólásszabadság-párti elv csorbát szenved.

A bírósági gyakorlatra marad annak kidolgozása, hogy miként határolja el egymástól a tényeket és a véleményeket, illetve hol húzza meg az indokolatlanul bántó kifejezőmód (gyalázkodó jellegű véleménykifejezés) határait. A jogterület jellegéből is következik, hogy nehezen formalizálhatók általános mércék; ugyanakkor néhány ítéletből a vélemény kifejtésére vonatkozó alkotmányos védelem elveinek való elkötelezettség sem tűnik ki. A bírói gyakorlat jogszociológiai elemzésének sajátossága, hogy különösen érzékeny a kívánatos elvek csorbulásaira. Ez azt az optikai csalódást eredményezheti, mintha csak probléma lenne, csak rossz irányba hajló gyakorlat létezne. Ha ez nincs is így, néhány ilyen, az alkotmányos elvek érvényesülését nem teljesítő határozat sokat árthat a jogterület állapotának és nem mellékesen a bírói hatalom presztízsének. Ebből a szempontból csak egy rosszabb eset van: ha a bírói működésről információk hiányában nem tudható semmi érdemleges.

A személyhez fűződő jogok sérelmének megállapítása minden esetben feltételezi, hogy a bíróság pontosan meghatározza, mely konkrét magatartás okozta a sérelmet. A Legfelsőbb Bíróság egy 2004 márciusában kelt másodfokú ítéletében egy vagyonőrző cég alkalmazottja tekintetében a jogsértést azzal látta megvalósultnak, hogy az alperesek riasztó, cigány külsejű személynek írták le őt, aki ezzel segítette munkáltatója maffiaszerű tevékenységét:

„valós vagy vélt testi adottságaira és származására történő utalás önmagában sértette felperes emberi méltóságát, mert ezáltal felperes magatartását kizárólag testi adottságai és származása alapján minősítették” (Pf. IV. 26.561/2001/7.).

Az emberi méltóság sérelme tehát ebben az esetben nem a kifejezőmód gyalázkodó jellegével volt összefüggésben, hanem az ember egyes tulajdonságai jogellenesnek ítélt kiemelésével. Kérdés, következik-e ebből, hogy pusztán a származásra tett utalás, illetve az ebből levezetett viselkedés mint vélemény önmagában sérti-e az emberi méltóságot?

Közszereplői minősége miatt utasította el a keresetét a másodfokú bíróság annak az önkormányzati képviselő felperesnek, akit politikustársai egy sajtóközleményben nácizmussal, rasszizmussal vádoltak. Az elsőfokú bíróság a nácizmus és a rasszizmus fogalmi elemzése után arra a következtetésre jutott, hogy ha valakit alap nélkül ilyen eszmékkel hoznak összefüggésbe, az sérti a személyhez fűződő jogokat. Tehát lényegében tényközlésként értékelte a kifogásolt véleményeket, amikor azok tartalmi vizsgálatára, illetve igaz vagy hamis voltánának megítélésére vállalkozott. Az egyébként megalapozatlanul használt jelző (náci, illetve rasszista) az elsőfokú ítélet szerint „a felperes becsületét és jóhírnevét olyan durván sértette, hogy az önmagában kártérítési felelősséget von maga után”. A másodfokú bíróság hangsúlyozta, hogy a kifogásolt közlemény nem tartalmaz tényállítást, véleménynyilvánításnak minősül, és mint ilyen nem alkalmas a jóhírnév megsértésére. Véleményként pedig azért nem sérti az emberi méltóságot és a becsületet, mert ugyan túlzó és megalapozatlan értékítéletet tartalmaz, de közszereplő részére ilyenek ellen sincs mód védelemre (Baranya Megyei Bíróság 1.Pf. 21.179/2002/3.).

A vélemény sértő jellegének elutasítása és a közszereplői státus meghatározása egyaránt figyelmet érdemel abban az ügyben, amelyben egy ismert képzőművész azt kifogásolta, hogy az alperesek egy közleményben az ő korábbi interjújában közölték az elemi jóízlés szabályaival ellentétesnek értékelték, és arra szólították fel az olvasókat, hogy a művésztől ne vásároljanak alkotásokat. A bíróság szerint a kifogásolt írás érzelmek kiváltására alkalmas és meghökkentő tartalmú, kifejezőmódjában igen éles, de nem gyalázkodó jellegű, nem lealacsonyító. A bíróság azt is figyelembe vette, hogy a felperes korábbi, az éles reakciókat kiváltó nyilvános megszólalásával „akarva-akaratlanul egyfajta politikai közszereplési (közszereplői) helyzetbe hozta magát” (29.P. 85.113/2003/8.). Ebből következik a

politikai ellentábor éles reakciója és ennek tűrési kötelezettsége. Tehát nem a formális pozíció, a betöltött tisztség, hanem a közéletben, a nyilvánosságban való szereplés (egy korábbi magatartás) teremti meg a közszereplői minőséget, a politikai közéletben való részvétel a politikával hivatásszerűen nem foglalkozó magánszemélyt is gyengén védett politikai közszereplővé teszi.

A bíróság egyébként a politizálástól való szigorú távolságtartásának hangsúlyozása mellett megjegyezte, hogy „arra sem jogosult és hivatott, hogy a Magyarországon kialakult vagy hiányzó politikai kultúrát értékelje”. Bár kételyeit fejezte ki a kifogásolt, de nem jogellenes (tehát nem jogi kérdésként felmerülő) kijelentések helyességével kapcsolatban.

Szintén figyelembe vette a bíróság annak a felperesnek korábbi, a nyilvánossággal kapcsolatos magatartását, aki családi viszályok, magánjellegű információk és sértő tartalmú vélemények nyilvánosságra hozását kifogásolta (29.P. 90.254/2002/13.). A bulvársajtóban saját akaratából többször szereplő felperes az átlagolvasók szemében a házastársi hűség, a tisztesség szempontjából nem tekinthető átlagosnak. A bíróságnak pedig nem saját erkölcsi felfogását kell mércének tekintenie, hanem az eset körülményeinek társadalmi közmegejtését. A felek különös, maguk által vállalt státusán túl érdekes a megengedhető vélemény határaitól ebben az ügyben kifejtett vélemény. A vélemények közül az ítélet nem talált jogellenességet az „ingatag”, „hűtlen”, „hazug”, „csalárd”, „lélektelen”, „arcátlan”, „áruló” jelzők használatában és abban az értékelésben, hogy gyermekétől sokat van távol. Ezek a vélemények nem lépik túl a szabad véleménynyilvánítás kereteit. A kifogásolt vélemények közül két vonatkozásban állapított meg jogsértést a bíróság: az a mondat, hogy a felperes azért gonosz, mert „ezt egy állat sem tenné a társával”, illetve „még az állatok sem hagyják magukra kicsinyeiket” megsértette a felperes emberi méltóságát és jóhírnevét. Elsikkad itt az a különbség, hogy valakit egy konkrét, általában undort keltő állathoz (patkány, csótány stb.) hasonlítanak vagy pusztán általában „leállatoznak”, illetve jelen esetben azt állítják, hogy rosszabb az állatnál. Ezek szerint a személy mivoltának kétségbe vonása önmagában sérti az emberi személyiséget, nem kell, hogy ez a lefokozó vélemény valamilyen többletjelentéssel is rendelkezzen. A szavak köznapi értelmét tekintve pedig jelentős különbség van a kettő között, elég ha arra gondolunk, hogy nem ritkán saját magunkat illetjük az „állat” jelzővel. Következetes bírósági gyakorlat alakult ki az állatokhoz való hasonlítás dehonesztáló tartalmát illetően. Mint ahogy abban is, hogy a betegként való bemutatás, illetve betegnek való titulálás is a becsület, a méltóság, a jó hírnév sérelmével jár. Jelen esetben a bíróság ítéletéből úgy tűnik: az az állítás, hogy a felperes beteg (és ezért tesz ilyen dolgokat), hamis tény közlése (valós alap nélkül idegbeteg emberként tünteti fel a felperest). Ez következik az ítélet rendelkező részéből is, amely szerint az alperes többek között „annak állításával, hogy a felperes beteg lenne” sértett jogokat.

A betegségekre való utalás konkrétabb, tényszerűbb volt abban az esetben, amikor egy orvos fejtette ki szakmai véleményét egy ismert politikusról, annak közszereplései alapján. A bíróság szerint az az alperesi szöveg, amely szerint Kövér László felperes konkrét megnyilvánulásából megállapítható a nyilvánvaló paranoia, az átlagolvasó számára azt jelenti, hogy az illető politikai közszereplő elmebeteg. A bíróság nem tekinthetett el attól, hogy a kijelentés megfogalmazója pszichiáter, tehát „diagnózisa” nagyobb hitelű az átlagolvasó szemében, de az indoklásban nem foglalt állást egyértelműen a tényállítás illetve vélemény kérdésében: „A bíróság szerint ez a megállapítás tényállításként és véleményként is egyaránt személyiségi jogot sért...” (19.P. 29.547/2003/5.). A rendelkező rész egyértelműen megalapozatlan állításról szól. A közszereplői minőség egyértelműsége mellett a bíróság a kártérítés összegszerűségének megállapítása körében értékelte azt a tényt, hogy a felperes megnyilatkozásait, publikációit széles körben vitatták, kritizálták.

Az állatokkal és a betegséggel kapcsolatos véleménynyilvánítás extrém, kifejezéseiben példátlanul durva esete jelenik meg abban a perben, amelyben a bíróság szerint Lovas István, szélsőjobboldali újságíró cikkében a politikai közszereplőséget írásaival, könyveivel vállaló felperesről gyalázkodó jellegű véleményt nyilvánított, amikor gonosz AIDS-eshez, fertőző fekélyekkel borított emberhez, illetve csótányhoz hasonlította. Az ítélet szerint az undort keltő állathoz való hasonlítás és a közismerten súlyos, visszatetszést kiváltó betegségek tulajdonítása kifejezéseiben gyalázkodó jellegű, indokolatlanul bántó, sértő, megalázó, tehát jogellenes. De nem lépte át a szabad véleménynyilvánítás határait az, hogy a felperest a „hamisvád-gyártás büntetlen iparosai” közé sorolta, hogy úgy jellemezte: arra törekszik, hogy mindenkit megfertőzzön. Ezek (és egyéb szövegrészek) meghökkenítő tartalmúak, aggodalmat kelthetnek, bántóak, de a véleményszabadság körén belül (29.P. 89.011/2002/8). A másodfokú bíróság sem fogadta el az alperesi érvet, hogy a csótányozás egy magatartás metaforikus kritikája lett volna, a jogerős döntés szerint is – a szöveg környezetét tekintve – az a felperes személyére vonatkozott (52.Pf. 26 488/2004/6).

Ugyanezen felperesről számos jogellenesnek minősülő valótlan tény közlése mellett annak állítása, hogy krónikus írástudatlanságban szenved, a bíróság szerint az írói teljesítmény értékelése, és nem valamely konkrét betegsége utalás. Ahogy nem jogellenes a felperes művéről azt állítani, hogy az mocskos iromány, még ha a mű szélsőséges, megütközést keltő is (29.P. 88.492/2002/11.). Ebben a perben a valónak nem bizonyuló sértő tényállások miatt marasztalták el az alperes kiadót és újságírót.

Jelentős, koncepcionális különbség jelent meg az első- és a másodfokú bíróság ítéleteiben a vélemény és a hamis látszatot keltő tényközlés elhatárolása vonatkozásában az Áder János és a *Népszabadság* közötti jogvitában. Az alperesi lap egy tényfeltáró cikkében az úgynevezett brókerbotrány kapcsán azt a kérdést tette fel, hogy Kulcsár Attila, e botrány főszereplője „miért kért politikai védelmet Áder Jánostól”. A felperes szerint a cikk azt a hamis látszatot kelti, hogy ő e botrány részese, és ezzel személyét lejáratja. Az elsőfokú bíróság – hangsúlyozva a felperes politikai közszereplő mivoltát és azt a körülményt, hogy politikusok esetében nem szokatlan egymás gyanúsítása, egymáshoz kérdések intézése – a perbeli kérdés megfogalmazását a sajtószabadság körébe tartozónak találta. A bíróság szerint a kérdés nem állítja és nem is kelt olyan látszatot, hogy a felperes személyében érintettje lenne a botrány (19.P. 28.903/2003/4.). Ezzel szemben a Fővárosi Ítéltábla ítéletében a cikk egészének értékelése alapján arra a következtetésre jutott, hogy a kérdés feltevése, az alperes fényképének közlése és a cikk címe

alkalmas volt annak a hamis látszatnak a keltésére, hogy Áder János személye összefüggésbe hozható lenne a brókerbotránnyal. Az ítélet tábla szerint e közlések burkoltan (utalások, célozgatások formájában) tényt fejeztek ki:

„...az értékítélet, a vélemény, a bírálat, a jellemzés akkor eredményezheti a jóhírnév sérelmét, ha nyíltan vagy burkoltan olyan tényállítást fejez ki, amely negatív megítélésre, téves következtetés levonására ad alapot” (2.Pf. 20.447/2004/3.).

A közszereplői minőséget a jogerős döntés a jogellenesség megállapítása körében értékelte, amikor azt állapította meg, hogy

„...a felperest [...] az állampolgárok az egyik közjogi méltóságként ismerik, tehát magatartásával, tevékenységével, mindennapi életvitelével szemben elvárások fogalmazódnak meg”.

Nem független ettől az elvárástól az, hogy annak a látszatnak a keltése, mintha a felperes a társadalmi közfelfogással ellentétes magatartást tanúsított volna, jogellenesnek minősül. A károkozással kapcsolatban a következőket állapította meg ez a bíróság: mivel a felperes személye az egyik közjogi méltósággal azonosítható, a brókerbotránnyal való összefüggésbe hozás

„...megítélését hátrányosan érinti és alkalmas a felperes személyébe vetett bizalom megingatására, a választópolgárok előtti tekintélyének csorbítására is, és ezáltal az alperes jogsértő magatartása még azt is eredményezheti, hogy a köztisztelőben álló személyekkel szembeni általános közbizalom, a közélet szereplőivel szembeni elvárások, a közélet tisztaságába vetett hit megrendüljön”.

Ez utóbbi, a felperes személyével csak közvetett kapcsolatban álló értékeknek a szólásszabadság korlátozásának indokaként történő említése nem felel meg az ezen alapjoggal kapcsolatos alkotmányos elveknek. Habár ezt az érvelést a bíróság a nem vagyoni kártérítés körében fejtette ki, de az ítélet ezen jóval túlment, és a politikai közszereplői minőséget a szólásszabadság korlátozásának indokaként használta.

Ezzel szemben a vélemény szabadsága és a közszereplői kör tűrési kötelezettsége vonatkozásában az Alkotmánybíróság által kifejtett elvek érvényesülését lehet felfedezni az elsőfokú bíróság 2004. februári ítéletében, amelyben a Legfőbb Ügyészség kérte személyiségi jogainak védelmét Kovács László szocialista politikussal szemben (19.P. 630.634/2003/3.). Az alperes egy politikai gyűlésen azt a véleményét fejtette ki, hogy az ügyészség nem bűnüldözést folytat, hanem bűnpártolásnak látszó módon foglal állást különböző ügyekben. Az Alkotmánybíróság döntéseivel összhangban a kereset elutasítását azzal indokolta a bíróság, hogy a vélemény kifejtésének szabadsága „különleges védelmet követel akkor, amikor a közügyeket, a közhatalom gyakorlását érinti”. A közszereplő fogalma pedig a fokozott kritikátűrési kötelezettsége tekintetében a közhatalmat gyakorló intézményekre is kiterjeszthető, beleértve magát a bíróságot is. Ilyen módon biztosítható a közügyek szabad vitatása:

„A demokratikus jogállam állami és önkormányzati intézményeinek szabad bírálata, működése, tevékenységük kritikája – még ha az becsületsértő értékítéletek formájában történik is – a társadalom tagjainak, az állampolgároknak olyan alapvető alanyi joga, amely a demokrácia lényegi eleme.”

Ebben az esetben a bíróság egyértelműnek tekintette, hogy a kifogásolt mondatok a vélemény kategóriájába esnek, és nem voltak gyalázkodó jellegűek.

Az eddigiekből is nyilvánvaló, hogy a közszereplőkkel szembeni gyalázkodó jellegű, tehát jogellenes véleménykifejtés határainak meghúzója kérdésében nem ritka a bírói fórumok egymással ellentétes értékelése. Eörsi István két fokon részben elvesztett pere a nagyfokú közfigyelem és a szólásszabadságot veszélyben lévőnek látó éles kritikák mellett érdemel figyelmet, mert az egyes bírói fórumok jogi értékelései között lényeges különbségek fedezhetőek fel, amelyek a véleménykifejtés határainak bírói definiálása körüli nehézségekből származnak. Mint ismeretes, Schmidt Mária múzeumigazgató három jellemzést talált személyiségi jogára nézve sérelmesnek, amelyek közül az elsőfokú bíróság egyet értékelt jogellenesnek, a másodfokú fórum pedig kettőt. A Fővárosi Bíróság ítélete szerint az író azon kitétele, hogy a felperes „közéletünk jobboldalának egyik legzüllöttebb figurája” kifejezőmódjában indokolatlanul bántó, sértő, megalázó, gyalázkodó jellegű, amellyel a művész túllépte a véleménynyilvánítás megengedett határait (19.P. 630.864/2003/4). De sem a „történelemhamisításra specializálódott üzletasszony”, sem a „bizniszértelmiségi pártholdudvaronc” nem ilyen, ezek jogszerű véleménykifejezések. Ha véleménynek látja a kifogásolt szöveget, a bíróság nem vizsgálhatja annak valóságtartalmát, csak azt, hogy a használt kifejezések nem szükségtelenül bántóak-e. A bíróság nem ítélezhet a vélemény tartalmi elemeiről. Az ítélet ugyan azt írja, hogy nem feladata az egyedi kifejezések esztétikai minőségének értékelése sem, de valójában nehéz elválasztani a kifejezések sértő vagy nem sértő jellegének megállapítását azok esztétikai értékelésétől. Éppen azt nem teheti meg a bíróság, hogy véleményeket tartalmilag elemez (ezért a hivatkozás arra, hogy a bíróság nem illetékes a történettudomány kérdéseiben), nem mondhatja, hogy az írónak nincs joga azt a véleményt képviselni, miszerint a történelemtudomány nem felel meg bizonyos erkölcsi és szakmai normáknak. Azt vizsgálhatja, hogy morálisan elítélő véleményét nem szükségtelenül bántó módon, gyalázkodva adta-e elő.

Azt a kérdést kell feltennünk: ha valakiről az a véleményünk, hogy alapvető erkölcsi normákat áthág, akkor miként fejezhetjük ki ezt, mondhatunk-e rá kevesebbet vagy többet, mint hogy züllött vagy a legzüllöttebb? Nyilvánvaló, hogy a morális elítélés esetén – ezt támasztja alá néhány fentebb említett ügy is – a szóhasználat változatos módokon lehet gyalázkodó jellegű, indokolatlanul sértő. Mi tehát a „züllött”, illetve a „legzüllöttebb” jelző olyan stíluseleme, amely szükségtelen, amelynek használata nélkül is kifejezhető volna az író az elítélő véleményét? Az elsőfokú ítélet nem végez ilyen „esztétikai” értékelést. Eörsi István véleményével szemben szerintem éppen ez



hiányzik az indoklásból. A bíróság ugyanis – ez a legnehezebb ezekben az ügyekben – kénytelen nyelvtani, stilisztikai, esztétikai elemzést végezni annak eldöntéséhez, hogy a nem megkérdőjelezhető vélemény tartalmát kifejezhetők volna-e máshogyan. Az következik ebből a logikából, hogy a személyre való tekintet nélkül – hiszen a bíróság nem veheti tekintetbe az egyéni érzékenységeket, csak a feltételezett közfelfogást – a züllött jelző indokolatlanul sértő, gyalázkodó jellegű, akár a súlyos betegségekre utalás vagy az undorító állatokhoz való hasonlítás. Még akkor is ez következik ebből, ha nyilvánvaló, hogy a bíróság a konkrét tényállás alapján dönt, és nem általában egy-egy szóhasználatról. A bíróság – helyesen – a másik két jellemzés esetében sem végzett „valóságbizonyítást”, hiszen azokat is véleményként értékelte, és sem az „üzletasszony”, sem a „történelemhamisító”, sem a „bizniszértelmiségi” nem hordoz gyalázkodó stílusréteget. De a Fővárosi Ítéltábla szeptember 9-i jogerős döntése továbbmegy a véleménykifejezés korlátozásában (2.Pf. 20.861/2004/2). A „közéletünk jobbaldalának legzüllöttebb figurája” vélemény jogszerűtlenségét a véleménykifejezés jellege alapján azért látta megalapozottnak, mert ez a kifejezés

„...nem csak megütközést kelt, hanem indokolatlanul lealázó [A] züllött szó olyan embert jellemez, aki erkölcsi romlottságánál fogva kiszakadt a tisztességes emberek közösségéből, aki erkölcsileg elaljasult”.

Ezek szerint, ha az író a véleményét úgy fejezte volna ki, ahogy a bíróság tartalmilag értelmezte a „züllött” szó jelentését, az sem lett volna megengedett, vagyis *ad absurdum* nem mondható senkiről, hogy erkölcsileg romlott. Véleményem szerint ezzel az indoklással a Fővárosi Ítéltábla a vélemény tartalmát ítélte jogszerűtlennek, amit nem tehetett volna meg a véleményszabadság tiszteletben tartása esetén. Az „egy történelemhamisításra specializálódott üzletasszony” kifejezést pedig a jó hírnevet sértő véleménybe burkolt állításnak definiálta, tehát az nem a felperes felfogásáról, munkáiról kialakított vélemény, hanem annak állítása, hogy szándékosan, üzletszerűen hamisítja meg a történelmet. A bíróság szerint pedig ennek állítása indokolatlan, valótlan. Ebben az esetben azonban a bíróságnak meg kellett volna indokolnia, milyen körülmények alapján gondolja megalapozatlannak ezt az állítást. Nem vizsgálta a felperes történelmi tevékenységét, ezért nem foglalkozhatott volna ítéletbe, hogy hamis az állítás, miszerint a történész történelemhamisító. Az sem világos, hogy miben különbözik az a vélemény, hogy üzletszerű történelemhamisító, attól, hogy történelmi tevékenysége súlyosan kifogásolható, nézeti elfogadhatatlanok, mert hamisan értelmezi a történelmi eseményeket. Ez utóbbi ugyanis a szakmai, tudományos vita, vélemény olyan megfogalmazása, amely egyáltalán nem korlátozható. A másodfokú bíróság e kifejezésnek nem a stílusértékét vizsgálta, hanem a tartalmát azzal, hogy burkolt tényállításnak minősítette, de valótlanosságának igazolásával adós maradt. A bíróságnak tehát érdemben kellett volna foglalkoznia az alperes bizonyítékaival, amelyek a történelemhamisítást igazolhatták volna.

A véleményszabadság szempontjából különösen aggodalmas a felperes státusára alapozó ítéletbe foglalt érvelés, amellyel a bíróság alátámasztani igyekszik e vélemény jogszerűtlenségét. Ezt írja az ítélet: „Ennek a kifejezésnek a használata indokolatlan, valótlan és különösen sértő figyelemmel a felperes által betöltött tisztségre is.” Nem világos, hogy a közszereplői tisztséget (múzeumigazgató, aki politikai közszerepléseket is vállal) mire vonatkoztatta ebben a mondatban az ítélet; több, egyaránt abszurd következtetésre vezető értelmezés lehetséges: (1) indokolatlan és valótlan egy múzeumigazgatóról azt mondani, hogy történelemhamisító. Vagyis e tisztség betöltése kizárja a történelemhamisítást. (2) Különösen sértő ez a kifejezés e tisztség betöltőire nézve, vagyis igazgatói, közszereplői státusából következően nagyobb védelmet élvez az élesen kritikus véleményekkel szemben. (A „bizniszértelmiségi pártholdudvaronc” kifejezés megengedhetőségének indoklásában ez az ítélet is a közszereplői státus nagyobb tűrési kötelezettségét állapította meg, amiből arra következtethetünk, hogy a történész-igazgatói tisztség érdemel nagyobb védelmet.) A táblabíróság ezzel az ítéletével (is) sokat rontott a politikai közszereplők bírálhatóságán és így a szólásszabadság hazai állapotán.

Amennyiben érvényesül tehát az az elv, hogy a sértő vélemények védettebbek, mint a hamis tényállítások, a jogalkalmazó egyrészt annak értelmezésére kényszerül, hogy hol vannak a megengedhetőség határai (erre vonatkozó néhány dilemmát elemeztem az előző részben), másrészt el kell döntenie, hogy a kifogásolt közlés tényközlés vagy vélemény-e. Ezt az értelmezési munkát és a tényközlések megítélésével kapcsolatos egyéb problémákat jelzem a következő részben.

### **A személyiségi jog megsértése valótlan tények közlésével**

Mivel a vélemények nagyobb védelmet élveznek, a szólásszabadság terjedelme szempontjából döntő jelentőségű kérdés, hogy hol húzza meg a joggyakorlat a kettő közötti határt. Számos esetben az elválasztás nem egyértelmű, vagy szubjektív megítéléstől függ. Az Alkotmánybíróság logikájából az következne, hogy a jogalkalmazók kétséges esetekben a szólásszabadság javára értelmezik a kérdést, és véleménynek értékelik a sérelmezett szöveget. Ez az elv azonban a Legfelsőbb Bíróság gyakorlatában is gyakran csorbát szenved. Politikai közszereplő esetében pedig sokszor igen kétséges arra hivatkozni, hogy a vélemény, az értékítélet burkoltan olyan tényállítást fejez ki, amely negatív megítélésre ad alapot, ahogy ezt Áder János esetében a Fővárosi Ítéltábla tette (2.Pf. 20.447/2004/3.).

A Magyar Rádió vezetői voltak annak az ügynek a felperesei, amelyben a bíróságnak arról kellett döntenie, megsértette-e az *Élet és Irodalom* című lap a személyiségi jogait azzal, hogy azt állította: jogszerűtlenül, a munkatársakat megfélemlítve jártak el az átvilágítandók névsorának összeállításakor (29.P. 89.010/2002/11). A fellebbezési fórum által is osztott vélemény szerint a munkatársak megfélemlítettségére való utalás véleményt, értékítéletet tartalmaz, amelyre a bíróság tanúvallomásból következtetett. Véleményként, jogi tartalmú értékelésként definiálta az ítélet a rádió vezetőinek eljárását jogszerűtlennek leíró közlést, nem mellékesen az adatvédelmi biztos azonos tartalmú állásfoglalására hivatkozva. Felmerül, hogy abban az esetben, ha az adatvédelmi biztos jogi véleménye nem támasztotta volna alá az újságét, akkor ez ettől jogsértő véleménnyé vált volna-e. Három másik állítás vonatkozásában a bíróság valótlan tényközlést állapított meg.

A tényeket közvetítő sajtó általános dilemmáját illusztrálja az Áder János által a *Népszava* ellen indított

helyreigazítási per (29.P. 88.352/2003/3). Az ítélet rendelkező része szerint a helyreigazító közleménynek tartalmaznia kell, hogy a lap valótlanul állította: Áder szembekerült Orbán Viktorral, az előbbi ellenzi az utóbbi politikáját és pozícióerősítési szándékait, valótlanul híresztelte, hogy Áder a *Magyar Nemzet* cikkét magára vette volna, és ez lett volna az összeütközés oka. A cikk szerzője előadta, hogy a tényközlésként értékelt fejtegetések megbízható információtól származnak, akit természetesen nem kíván megnevezni. A sajtó nem valós információk közléséért, híreszteléséért objektív jellegű felelősséggel tartozik. Általános követelmény tehát, hogy a sajtó egyéb bizonyítékokkal is képes legyen alátámasztani tényállításait. A bírói gyakorlat a közszereplők esetében sem mentesíti a sajtót a tudatosan valótlan tényállítások miatti felelősségre vonás alól, sőt akkor is megállapítja a valótlan tények közléséért a felelősséget, ha az abból fakadt, hogy a közlő elmulasztotta a tőle elvárható gondosságot. Mint tudjuk, a sajtó munkatársaitól mint a közvéleményt hivatásszerűen formáló szakma képviselőitől a bíróság fokozott gondosságot vár el a sajtótörvény és az Alkotmánybíróság döntésének megfelelően.

A híreszteléssel kapcsolatban általános érvényű a PKKB ítéletének elvárása:

„Az újságíró egyértelműen olyan személynek minősül, akinek mint a közvélemény formálásában hivatásszerűen résztvevő személynek külön kötelezettségei vannak a valótlan tények közlésének elkerülésében. A szakmai szabályok alapelveit a sajtóról szóló több esetben módosított 1986. évi II. tv. rögzíti, amely előírja a tények, körülmények sokoldalú vizsgálatát, ami azt is jelenti egyben, hogy az újságírónak nem csupán a saját alapfeltevéseit, kiindulópontját alátámasztó tényeket, körülményeket kell figyelembe vennie, hanem az azzal esetlegesen ellentétes vagy azokat árnyaló körülményeket is” (29.P. 85.700/2003/6).

A konkrét ügyben egyébként a másodfokú tanács hozzászözi, hogy az alperesi lap azon állítását, miszerint a felperes neki nem kívánt nyilatkozni, több módon bizonyítható volt, ez az újságírói munkát nem lehetetlenítette volna el, ez a gondosság elvárható lett volna az újságírószakma szabályai szerint (52.Pf. 24.155/2003/2). A törvény „híresztel” fordulatának ilyen értelmezése az eseményekről tudósító sajtót lehetetlen helyzetbe hozza. Mivel ma ez az értelmezés általánosnak tekinthető, szükség lenne egy, a sajtószabadság érdekében teendő jogalkotási vagy legalább egy jogegységi döntésre.

Véleménynek és különösen a felperes közszereplői mivoltára figyelemmel jogszerűen kifejtett véleménynek tekintette a bíróság a Budapest Aréna körüli anomáliák kritikáját, amelyek közvetlenül érintették a miniszteri biztos személyét. A *Népszabadság* cikkének az a része azonban, amely kellő alap nélkül azt sugallta, hogy a felperes ingatlanvásárlása gyanús, és ezzel mintegy az olvasó előtt „kriminalizálta” azt, egy valós tény hamis színben tüntetett fel, amely megalapozta a helyreigazítást (29.P. 91.601/2002/4, 47.Pf. 22939/2003/3).

A vélemények és a tényközlések, valamint a sajtó-helyreigazítási igény természetének teljes félreértése tűnik ki abból a perből, amelyet egy televíziós közszereplő indított egy napilap ellen (37.P. 85.027/2003/4). A kritikus hangvétellő írás a felperest képzetlen, önjelölt fiatalembernek nevezte, akiből kollégái „hülyét” csináltak. A helyreigazítás iránti kereseti kérelem szerint az írás tele van tárgyi tévedésekkel, de ezekkel nem kíván foglalkozni, ellenben adatokkal védekezik a fentebbi véleményekkel szemben. Talán csak az ad okot némi csodálkozásra, hogy a felperes jogi képviselővel járt el.

Sajtó-helyreigazítási perekkel védekezett a politikai támadások keresztüzébe került oktatási miniszter, akiről a sajtó egy része korrupciós vádak terjesztett, az ítéletekből kitűnően megalapozatlanul. E körben csak a tények természetével kapcsolatos elemeket emelem ki. A *Mai Nap* azon állítása, hogy a miniszternek korrupciós ügye van, olyan tényállítás, amelynek valóságát a sajtószervnek kellett volna bizonyítania. Az alperesi hivatkozás egy ellenzéki politikustól származó levélre elégtelennek bizonyult, mert a kifogásolt cikk nem e levél tartalmát közölte (20.P. 88.879/2003/3). Tisztán ténybeli valótlanlásnak bizonyult a miniszter ingatlanvásárlásával kapcsolatban közölt havi jövedelem is, amelyet a *Magyar Nemzet* jelentősen alacsonyabbnak jelölt meg. A cikk kontextusában arra utalt, hogy ebből a bankhitel részletei nem lettek volna törleszthetők. A bíróság nem foglalkozott mással, csak a tények valóságnak való megfelelésével, és ennek alapján igazította helyre a hibás adatot. Az ítélet szerint

„...a sajtó-helyreigazítás szigorúan és kizárólag csakis a valós, illetve valótlan tényekre irányulhat. Ebből a szempontból közömbös, hogy a kifogásolt tények milyen képzeteket, érzeteket, véleményeket kelthetnek” (20.P. 88.795/2003/3).

Ugyanakkor nyilvánvalóan tekintetbe kellett vennie a bíróságnak a tényeknek, illetve az elhallgatott valóságselemeknek az olvasóra gyakorolt hatását, amikor az oktatási miniszternek egy, ugyancsak a *Magyar Nemzet* elleni másik perében megállapította, hogy a miniszteri ingatlanvásárlás körülményeiről szóló cikkből hiányoztak lényeges adatok, s így az nem tükrözte a valóságot (37.P. 88.457/2003/3). A hamis látszat keltésének megállapítása igényli a feltételezett olvasó szempontjainak figyelembevételét.

Eltérően értékelt az első- és a másodfokú bíróság e virtuális olvasó felfogóképességét abban a perben, amelyet egy ismert jobboldali politikus indított helyreigazítást kérve egy bulvárlap április 1-ji áhírével kapcsolatban. Több képtelen hír mellett (az egyik például egy új dunai pontonhíd felállítását adta hírül, amelyet a folyón hosszában építenek) jelent meg a kifogásolt szöveg a *Mai Nap* című lapban, amely szerint Torgyán József felvételét kérte az MSZP-be. A szerkesztőség az áhírblokk végén figyelmeztette az olvasót, hogy április elseje van. A laphoz eljuttatott helyreigazítási kérelmet a lap ugyan bocsánatkéréssel közölte, de nyilvánvalóvá tette, hogy a politikus a humorérzék hiányáról tett tanúbizonyságot. A keresetet elutasító elsőfokú döntés szerint a közlemény egészét tekintve alkalmatlan volt arra, hogy az olvasókban a felperesről valótlan képet alakítson ki. Az átlagolvasó felfogása átfogja a hír tréfajellegét, ezen nem változtat az sem, hogy egyesek (egy televíziós szerkesztő, aki erről kérdezte a politikust) félreértették vagy félremagyarázták. Ebben a perben a bíróság arról természetesen nem dönthetett, hogy a tréfa személyiségi jogot sértett-e (29.P. 88.831/2003/3). A másodfokú bíróság azonban helyreigazításra

kötelezte az alperesi lapot azon az alapon, hogy „az átlagolvasó számára egyáltalán nem volt egyértelműen felismerhető a hír tréfa jellege”. Elsősorban azért nem, mert köztudomású, hogy az olvasók nem feltétlenül tanulmányozzák végig a lapok minden oldalát és sorát, ezért

„az oldal felső részén elhelyezett felperesre vonatkozó cikk olvasóinak figyelmét könnyen elkerülhette a lap legalján lévő, a kifogásolt írás címénél jóval kisebb betűkkel szedett figyelemfelhívás” (52.Pf. 29 201/2003/2/11.).

Mint látjuk, a bíróságnak a társadalom befogadói képességeire vonatkozó becslése nagymértékben befolyásolja (ebben az esetben a satirikus) megszólalás szabadságának terjedelmét.

A bírósági gyakorlat következetesnek látszik abban a kérdésben, hogy hamis látszat keltésére a (megválaszolatlanul hagyott) kérdés is alkalmas. Az újságírói kétely megfogalmazása lehet állításérvényű, nem mentesül a sajtó a felelőssége alól pusztán a mondatfajta megváltoztatásával (19.P. 25.429/2004/3). Sőt, tények hiányos közlése vagy tendenciózus csoportosítása is alakíthatja olyanná a közlést, amely megalapozza a helyreigazítást. A sajtószerv helyreigazítási kötelezettsége a fizetett közlemény vonatkozásában is megáll, tehát az ily módon közölt valótlanúsága elegendő a helyreigazítási felelősség megállapításához. A Legfelsőbb Bíróság szerint a polgári törvénykönyv szabályai nem tesznek különbséget a tényállítást hordozó információ jellege szerint, önmagában a közlés módja alapján nem lehet megmenekülni a helyreigazítás elől (BH. 2000. 441).

A sajtótól elvárt valóságghú tájékoztatást igyekszik érvényesíteni az a töretlenül érvényesülő gyakorlat is, hogy valótlan tényállás miatt indult sajtó-helyreigazítási perben a sajtó nem bújhat ki a felelősség alól azzal, hogy az információt mások vélekedésére alapította:

„Az informátorokra általánosságban való utalás, illetve más sajtóorgánumok tartalmára való hivatkozás nem alkalmas a perbeli sajtóközleményben állított [...] tény bizonyítására” (BH. 2000. 241).

A sajtó ilyen objektív felelősségét a Legfelsőbb Bíróság többször megerősítette. Az objektív felelősség következik a törvény „híresztel” fordulatából és a sajtótörvény által előírt kötelezettségből, amely szerint kellő körültekintéssel kell ellenőrizni a közzétett információ valóságát. Ez a kellő körültekintés azonban az objektív felelősség miatt gyakran nem elégséges, a legnagyobb körültekintés mellett is lehet jogsértő a sajtószerv. A Schmidt Mária kontra *Magyar Hírlap*-ügyben mind az első-, mind a másodfokú bíróság elutasította azt a helyreigazítási keresetet, amely azt kifogásolta, hogy egy társadalmi szervezet ülésén egy szociológus által elmondottakat a napilap közölte. A bíróságok szerint a sajtónak kötelessége közölni a történeteket és tudósítani az elhangzottakról. (Hozzátehetjük: a sajtó bízhat abban, hogy amennyiben a valóságnak megfelelően tájékoztat, az olvasók képesek megítélni a közölték értékét. Ma már senki nem gondolja, hogy az újságban leírtak jelentik a hivatalos álláspontot, de nem azonosítják a lap véleményével sem.) A másodfokú döntés kiemeli, hogy az objektív felelősség mellett sem korlátlan a sajtóra rótt felelősség. A Legfelsőbb Bíróság azonban a felülvizsgálati kérelem folytán elé került ügyben szigorúbban definiálta a lap felelősségét: a hiteles és pontos tájékoztatás nem elégséges, a híresztelt tények valóságát bizonyítani kellett volna. Jelen esetben azt, hogy a felszólaló szociológus által hivatkozott szövegszéd valós tényekre alapozódik (EBH 2000. 298). A sajtóra rótt ilyen jellegű kötelezettség abszurd következményekhez is vezethet: a parlamenti beszédként elmondott képviselői szövegről való valóságghú tudósítás helyreigazítását elrendelő ítélet közvetlenül csorbítja az állampolgár tájékozódáshoz való jogát.

Egy területen lazított a bírói gyakorlat ezen a szigorú felelősségi rendszeren. Nem terheli további bizonyítási teher a sajtót abban az esetben, ha valóságghúen ad tájékoztatást valamely jogszabályban szabályozott eljárási rend (büntető, polgári, szabálysértési, közigazgatási, fegyelmi) keretei között zajló eljárásról (BH 2002. 432). A PK 14. sz. állásfoglalás ugyan csak a büntetőeljárásról való tájékoztatásról szól, de a bírói gyakorlat a formalizált eljárásokra általában terjesztette ki ezt az elvet (BH 2004. 273). Ez a gyakorlat a személyiségvédelmi perekben is érvényesül: az eljárás alá vont személyiségi jogainak sérelmét nem jelentheti az a közlés, amely a büntetőeljárás adott szakaszáról a valóságnak megfelelően tudósít:

„A társadalomnak joga van tájékozódnia a büntető eljárások megindulásáról, és azok lefolyásáról. Ezzel kapcsolatban a sajtószervet mindösszesen az a kötelezettség terheli, hogy a büntető eljárás mindenkori adatainak megfelelő tájékoztatást adjon a közvélemény részére” (20.P. 88.749/2002).

Nem várható el a sajtó munkatársaitól, hogy az eljárás alatt felmerült tényállítások tekintetében a valóságnak való megfelelést ellenőrizze. Felmerül ugyanakkor a kérdés: kivétel nélkül érvényesülhet-e az az elv, hogy minden tény minden további nélkül közölhető. Adott esetben nem kerülhetnek-e indokolatlan veszélybe az eljárásban szereplők személyiségi jogai?

Sikertelen volt az a helyreigazítási kérelem, amely a rendőrség sajtótájékoztatón elhangzott közléseit kérte helyreigazítani egy napilaptól. A jogerős ítélet még elvárta volna az újságtól, hogy a sajtótájékoztatón elhangzottakat a szokásos módon, például kérdésekkel ellenőrizze, de a Legfelsőbb Bíróság szerint ez „olyan gondossági követelményt állított az újságíró, illetve a szerkesztőség elé, amely nem teljesíthető” (BH 2002. 51). Hasonló logika alapján utasította el a bíróság a bírósági sajtóreferenstől kapott téves információ közlésével okozott sérelem miatti személyiségi jogi igényt (BH. 2003. 357). A sajtóban megjelenő közlemények valóságnak való megfeleléseért fennálló objektív helyreigazítási felelősség alól a sajtó akkor mentesülhet (a jogosult hozzájárulása és a valóság bizonyításának esetein kívül), ha valóságghúen adott tájékoztatást a legfőbb államhatalmi, önkormányzati, igazságszolgáltatási szervek nyilvános működéséről. Ilyenkor a sajtót

„...az eljárás tárgyát illetően nem terheli a valóság bizonyításának kötelezettsége. A sajtó feladata ilyenkor – az általa alkalmazott szerkesztési mód mellett is – az eljárásról szóló valóságghú tudósítás”

Itt a tájékozódáshoz fűződő különösen fontos társadalmi érdek igazolja a nyilvánosság nagyobb szabadságát. A valóságnak megfelelő tájékoztatás esetén tehát például az Országgyűlés ülésén vagy bizottságában elhangzottakat nem a sajtószervnek kell bizonyítania. Két egymásnak ellentmondó logika érvényesül tehát – remélhetőleg a jövőben a nyilvánosság erőteljesebb védelmét megvalósító gyakorlat válik általánossá.



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](#)

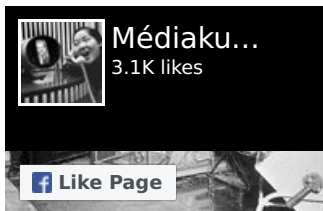
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2005 nyár

### Piac

[Lakatos Zoltán:](#)

# A hanghordozó-piaci kereslet szerkezete és a zeneipar kilátásai a digitális technológia korában

## Kísérlet a magyarországi hanghordozópiac modellezésére

A közönségmérések a médiakutatások egyik kiemelt fontosságú területét képezik. Egy modern piacgazdaságban a közönség szociodemográfiai összetétele a médiatermékek piaci értékét befolyásoló egyik legfontosabb tényező. Bár a nyomtatott sajtó és az elektronikus média közönségmérésének immár több mint félszázados hagyománya van, a hanghordozópiac hasonló mélységű vizsgálata csak az elmúlt években vált rendszeressé. A zenepiac több éve tartó, példányszámzuhanással és a szerzői jogokat sértő formátumok és tartalmak gyors terjedésével kísért recessziója szinte rákényszeríti a kiadókat, hogy stratégiai döntéseik előkészítése során mind alaposabban tanulmányozzák közönségük szociológiai tulajdonságait. A zenepiacon lényegében ugyanaz történik, mint szinte bármely médiatermék piacán: a formátumok és a tartalmak specializálódása, valamint a közönség, a célcsoportok fragmentálódása egymással párhuzamosan zajló és egymást erősítő folyamatok. A piac legfontosabb szereplői kezdik felismerni, hogy a talpon maradáshoz elengedhetetlen a rétegspecifikus igények és az azokat befolyásoló gazdasági-kulturális kontextusok feltárása. Különösen így van ez Magyarországon, ahol a korábbi évtizedek széleskörű hanghordozó-kereslete oly mértékben erodálódott, hogy a legális zenepiacot lényegében néhány százezer fanatikus zenerajongó „tartja el”.

### 1. Bevezetés

A globális zenepiac recessziója 2000 környékén kezdődött. A korszerű, egyre olcsóbb hanghordozó-másolási, hanganyag-tömörítési eljárások, valamint az internetes fájlcsereprogramok rohamosan terjedő használata világszerte az értékesített hanghordozó-példányszámok radikális zuhanását eredményezte. Az elmúlt években a jogeszközeivel megtett lépésekkel sem a másolás, sem a letöltés érdemi visszaszorulását, de még a példányszámcsökkenés mérséklődését sem sikerült elérni. A legális (hivatalos) hanghordozók piacának fokozatos szűkülése ugyanakkor a zeneipart a fejlett piacgazdaságok médiapiacának iránytűjeként működő közönségmérésekhez hasonló empirikus kutatások megrendelésére ösztönözte. A zenepiacon lényegében hasonló folyamatok mennek végbe, mint amilyenek a televíziózás elterjedésével a napilapolvasás nagyjából fél évszázada indult, ma is tartó lassú visszaszorulását eredményezték. A zenepiaci szereplőknek a megváltozott keresleti viszonyok között a talpon maradás egyik legfontosabb eszköze a hanghordozó-vásárló közönség empirikus vizsgálata és a kínálatnak a mind partikulárisabb célcsoportok szokásaihoz történő igazítása.

Ez a tanulmány a zenepiac jelenleg kezdeti stádiumban lévő empirikus keresleti- és közönségkutatásának módszereit és főbb magyarországi eredményeit ismerteti. A Szonda Ipsos kutatóintézetben 2000 óta folyamatosan vizsgáljuk a magyar hanghordozó-piaci kereslet szerkezetének alakulását. A magyarországi reprezentatív mintákon felvett adatokra támaszkodó dolgozat célja annak bemutatása, hogy a digitális háztartási technológiák terjedésének legfontosabb távlati következménye még véletlenül sem a „zenepiac halála”, sokkal inkább *a kereslet szerkezetének radikális átalakulása*.<sup>1</sup>

### 2. A zeneipar a digitális korszakban

A hanghordozók piacának tanulmányozása a médiakutatások korántsem szokványos, ezért ellentmondásokkal terhelt területe. A problémák már a definíció szintjén megjelennek, hiszen a hanghordozók médiumjellegét illetően nem beszélhetünk szakmai konszenzusról. A médiakutatások döntő többségét hagyományosan a nyomtatott sajtó, a rádió és a televízió, újabban pedig az internet mint alapvető médiumok dimenzióiban és összefüggéseiben végzik. A kutatói érdeklődés horizontján a zeneipar és a hanghordozópiac mint a tartalomszolgáltatás további - ráadásul még a „hagyományos” médiumok némelyikénél (például a televíziónál) is hosszabb múltra visszatekintő - médiuma inkább komplementer jelleggel jelenik meg.

Ez különösen két jelenség fényében meglepő. Egyrészt azért, mert az 1990-es évek dereka óta végbement fúziók



eredményként létrejött óriás nemzetközi médiavállalatok többségének egyik alapvető tevékenységi köre a zeneműkiadás: az ezredfordulón a világ hét vezető médiatársasága – AOL/Time Warner,<sup>2</sup> Disney, Sony Corporation of America, Bertelsmann, Seagramm, Viacom-CBS, News Corporation – közül csupán kettő (a felsorolásban a két utóbbi) nincs jelen a hanghordozópiacra (*The Economist*, 1999. szeptember 15. és 2000. január 15., idézi: Gálik, 2000). Másrészt pedig azért, mert a *médiakonvergenciakorában* a lakossági médiafogyasztásban mind jelentősebb szerepet játszó háztartási szórakoztatóelektronikai eszközök is úgymond „összeolvadnak”, azaz funkcióik gazdagodásának köszönhetően a vásárlók számára lehetővé válik az eltérő technológiai háttérű médiumok által hordozott tartalmak egyazon hardver közbeiktatásával történő „fogyasztása”. Kiemelve tehát a médiapiac kínálati és keresleti oldalán az *összeolvadás, a fúzió és a konvergencia* folyamatait, legalábbis elgondolkodtató a médiakutatások bizonyos fokú konzervativizmusa.

A helyzet szemléltetésére elég a média-közönségkutatások jelenlegi helyzetére utalni. Tekintve, hogy a médiapiacra a termékek nagy része a *nagyközönség piaca* mellett a kereslet egy másik síkján, a *hirdetők piacán* is jelen van (Gálik, 2000), e kutatások megbízható (értsd: empirikusan korrekt, széles körű szakmai konszenzus által jóváhagyott) adatszolgáltatása nélkülözhetetlen a nemzeti médiapiacok hatékony működéséhez. Az egyes országok médiapiacának közönségkutatásai nyújtják azt a nyers értékesítési statisztikákból megismerhetetlen, az eltérő tartalmakat hordozó médiumok közönségének szociodemográfiai összetételére, életstílusára, médiahasználati és vásárlási szokásaira stb. vonatkozó információhalmazt, amelynek feldolgozása elengedhetetlen a különböző célcsoportok számára készített hirdetői üzenetek hatékonyságának optimalizálásához. Erre az igényre alapozva a fejlett piacgazdaságokban külön kutatási iparág foglalkozik a sajtóolvasottság, a rádióhallgatottság és a televíziónézettség, újabban pedig az internethasználat mérésével. E médiumok közönségkutatása azonban napjainkig nem egészült ki a hanghordozó (kiterjesztő értelemben a *hang- és képhordozó*) eszközök piacának hasonló mélységű elemzésével, pedig a nagyközönség médiahasználatában mind a *tartalmi-kulturális*, mind a *hozzáférési-instrumentális* aspektusok között évtizedek óta bizonyítottak a sztochasztikus összefüggések (Bourdieu, 1979).

A hanghordozópiac kutatásának ez a (persze csak a médiakutatások egyes szakterületeihez képest észlelhető) relatív fókuszonkívülisége mindazonáltal magyarázható fejlődésének sajátosságaival. Ez a piac – globális mértékekben legalábbis – a 21. század elején szembesül először az értékesített példányok számának tartós és drasztikus csökkenésével, amelyhez fogható visszaesést például a nemzeti sajtópiacok az elektronikus tömegmédiumok megjelenésével már évtizedekkel korábban átéltek. Szemben az egy főre jutó hanghordozó-fogyasztással az emberek újságolvasásra szánt ideje, ezzel összefüggésben az értékesített újságok összes mennyisége a fejlett gazdaságokban hosszú ideje (az 1990-es évek óta pedig látványosan) csökken (*World Press Trends*, 1999). Ezzel együtt a merészebb jövőmondók által eltűnésre ítéltnek tartott nyomtatott sajtóban még a példányszámok jelentős esése mellett is jelentős profit realizálható, és ez a tény nagymértékben összefügg a médiapiac elemzésére kifejlesztett és szüntelenül korszerűsített empirikus kutatási technológiák használatával. Ami pedig az elektronikus médiumokat illeti, egyelőre nem beszélhetünk a rádióhallgatás és a televíziónézés visszaszorulásáról, azonban előbb a nagy csatornamonopóliumok megszűnése, majd a közelmúltban a rádiós és a televíziós piacoknak az Amerikai Egyesült Államokból kiinduló, az utóbbi két évtizedben pedig Európában is bekövetkező lokalizálódása, fragmentálódása és az egyes műsorszakok szakosodása (Head et al., 1998) stb. a műsorszolgáltatókat a hallgatói-nézői csoportok fogyasztói szokásainak mind alaposabb megismerésére sarkallta. Míg tehát a nyomtatott sajtó, valamint a rádiós és a televíziós műsorszolgáltatók *piaci túlélésük érdekében* hosszú évtizedek óta rákényszerülnek az olvasottság-hallgatottság-nézettség szofisztikált kutatói apparátust igénylő mérésére, a 20. század végéig expanzióban lévő hanghordozópiacot, kiváltképp annak multinacionális nagyvállalati szereplőit (az úgynevezett *major* kiadókat<sup>3</sup>), az említett folyamatok eddig legalábbis nem szorították hasonló professzionalizmussal végzett közönségmérésre.

Ami tehát látszólag nélkülözhetőnek tűnt az iparág expanzióval jellemezhető évtizedei alatt, ma stratégiai igényként fogalmazódik meg a globális szórakoztatóipari vállalatiriasok döntéshozói számára. A hanghordozópiacra is végérvényesen továtünni látszik az az időszak, amikor az egymást követő, többmillió példányszámot eredményező sikerkiadványoknak köszönhetően soha nem látott magasságokba emelkedtek a kiadók bevételei. Az értékesítési statisztikák önmagukért beszélnek: a világ zeneiparának három évtizedes expanziója a 2000-es évek elején véget ért, mind a példányszámok, mind a bevételek jelentősen zuhantak (lásd az 1. ábrát). A helyzet iróniája, hogy a hanghordozók iránti kereslet világszintű csökkenésének előidézőjeként számon tartott, mind olcsóbb háztartási szórakoztatóelektronikai eszközök (CD-írók, MP3-lejátszók, DVD-írók és meghajtók stb.) forgalmazói nem ritkán ugyanazok a nagyvállalatok (például a Sony), amelyeknek zeneipari érdekeltségei zuhanó példányszámokkal „szenvedik el” az egyre jobb minőségű digitális kép- és hangrögzítő eszközök eladásainak növekedését.



### 1. ábra: A globális zenepiac forgalmának alakulása, 1969–2002 (millió USD és példányszám)

Az elmúlt években a hanghordozópiac számos szereplője festett mind sötétebb képet az iparág jövőjéről, néhányan közülük egyenesen a zene mint kreatív tevékenység „haláláról” vizionálnak. Ha ugyanis az óriási volumenben másolt CD-k és a nagyarányú ingyenes hangfájletöltések okozta károk következtében a művészeknek nem éri meg szerzeményeiket kiadni, akkor sorra zárnak be a stúdiók, lassacskán beköszönt a világ kulturális elsivatagodása – állítja a katasztrófa-forgatókönyv (Berman, 2001).

A globális trendekkel összhangban a magyarországi zenepiac az 1990-es évek végén érte el expanziója csúcsát, azóta viszont folyamatosan szűkül (lásd a 2. ábrát). Az 1990-es évek elején a magyarországi hanghordozópiacot egyértelműen a műsoros kazetta (MC) uralta. Az évtized e hanghordozótípus jelentős visszaszorulását hozta (lásd a

3. ábrát). Ugyanezen időszak alatt a CD-k darabszám szerint számított piaci részesedése 8-ról 55 százalékra nőtt. Ezzel együtt a kazetta csupán az új évtized elejére vesztette el domináns pozícióját – 2000 volt az első év, amikor több CD-t értékesítettek, mint kazettát.<sup>4</sup> A 1990-es évek elején még közel félmillió példányszámban értékesített bakelit (vinyl) hanghordozók (LP, SP) mára teljesen visszaszorultak, csupán párezres darabszámot képviselnek.

A piac legnagyobb mértékű fellendülése a 1990-es évek első felére tehető. Érdekes módon a lakossági fogyasztások jelentős visszaesését eredményező gazdasági megszorító intézkedések (a „Bokros-csomag”) időszakában – 1996–97-ben – a hanghordozópiac tovább bővült, bár a korábbinál lassabb ütemben. A piac növekedése kissé később, 1998-ban állt meg: az értékesített példányszám azóta sem érte el az 1997-es szintet. Az eddigi legjelentősebb csökkenés 2001-ben következett be: egy év alatt több mint egymillió példánnyal, 6,2 millióra csökkent az értékesített darabszám. Ez a mennyiség 2002-ben további 500 ezerrel csökkent. A példányszámok csökkenése 2003-ban megtorpant: ez a tény talán összefüggésben állhat azzal, hogy hosszú hezitálást követően a jelentősebb kiadók elkezdték mérsékelni az áraikat.<sup>5</sup>



**2. ábra:** A magyarországi hanghordozó-értékesítések összes példányszám szerint



**3. ábra:** A magyarországi hanghordozó-értékesítések a kiadvány típusa szerint

Mindenképpen magyarázatot igényel, hogy a hanghordozópiac szűkülése miért éppen arra az időszakra tehető, amikor a lakosság életszínvonala növekedésnek indult.<sup>6</sup> A hanghordozópiac éppen abban az évben (1998-ban) indult szűkülésnek, amikor a reáljövedelmek 1991 óta először bővültek jelentősebb mértékben. A 2000-es évtized elején tehát a kissé jobb anyagi helyzetű magyarországi lakosság lényegesen kevesebb hanghordozót vásárolt, mint az 1990-es évek derekán, amikor jövedelemszintje még a rendszerváltás éveinek reálértékét sem érte el. A szűkülés oka – a hanghordozók magas ára mellett – nem kis mértékben a „helyettesítő” termékek, elsősorban a mind olcsóbb írható CD-k terjedésével, másodsorban pedig az interneten ingyen hozzáférhető zeneanyag bővülésével és a zenefájletöltés terjedésével hozható összefüggésbe.

### 3. A kereslet szerkezete

A hazai hanghordozópiac szerkezetét a kereslet elemzésének két fő aspektusából vizsgáljuk:

(1) *hozzáférési aspektus (access) és formátum:* mennyiségi/instrumentális dimenziók, a hozzáférés médiuma (például napilap, hetilap, magazin, televízió, rádió stb.), a vásárlások volumene, a hallgatottság-nézettség ideje stb.

(2) *tartalmi aspektus (content):* a médium által „hordozott” tartalom szociokulturális dimenziók szerinti megkülönböztetése: például politikai, bulvár, „elit”, „szórakoztató”, „komoly”, „pop” stb.

#### 3.1. Hozzáférés és formátum

Az újra lejátszható hanganyag korántsem egyedüli médiumai a kereskedelmi forgalomba kerülő (úgynevezett „műsoros”) hanghordozók. Amióta létezik hanglemezipar, azóta léteznek a hanghordozók előállításának és másolásának többé-kevésbé bonyolult és háztartásilag is kivitelezhető technikái. Az „alternatív” hanganyag-beszerzési források és technológiák – mindenekelőtt a CD-írók, a másolás és a letöltés – terjedése azonban az 1990-es évek végére érte el azt a mértéket, amely már indokolja, hogy azokat a hozzáférés dimenzióiban a „legális” forrásokkal legalábbis azonos jelentőségű médiumokként kezeljük. Összességében a hanghordozók („rögzített, újra lejátszható hanganyag”) beszerzésére jelenleg három lehetőség kínálkozik: a vásárlás, a másolás és a letöltés.

Ha a hanghordozópiacot nem redukcionista („csak a hanghordozót vásárlók összessége”), hanem tágabb értelemben akarjuk definiálni, akkor a piac részeként kell vizsgálnunk azokat a csoportokat is, akik az „alternatív csatornákon” keresztül „szereznek be” hanghordozókat,<sup>7</sup> különösen azért, mert nem elhanyagolható azoknak a tábora, akik egyáltalán nem fizetnek az általuk birtokolt hanghordozóért. Az iparági statisztikák értelmezésénél maguk a kiadók és szakmai szervezeteik is úgy fogalmazzák, hogy az 1990-es évek vége óta a „legális hanghordozók” piaca szűkül, a hozzáférhető hanganyag abszolút mennyisége azonban korántsem. Azok is a piaci kereslet részét képezik, akik nem adnak ki pénzt (hivatalos) hanghordozóra, legfeljebb a másolás médiumaként szolgáló írható CD-re vagy audiokazettára, vagy letöltenek, de nem vásárolnak. Szociodemográfiai, anyagi, életmódbeli stb. okai lehetnek annak, hogy ezek a csoportok miért nem a hivatalos/legális csatornákon keresztül jutnak hozzá a zeneanyaghoz. Miután összefüggéseket feltételezünk az alternatív csatornák igénybevétele és a „hivatalos” kiadványok piaci között, a másolt és a letöltött hanganyagot a műsoros hanghordozók helyettesítő termékeiként értelmezzük.

##### 3.1.1. Szegmentáció a hozzáférés dimenzióiban

A másolás és a letöltés rohamos terjedése következtében a hozzáférés aspektusából csak olyan eljárásokkal kaphatunk pontos képet a hanghordozópiac szerkezetéről, amelyek a hozzáférés kiterjesztő definíciójára épülnek, vagyis a főbb fogyasztói mintákat a vásárlás/másolás/letöltés „háromdimenziós terében” vizsgálják. Olyan csoportokat kerestünk, amelyek megfelelnek az adatredukciós eljárások két alapkövetelményének: a csoporton belüli legnagyobb homogenitás és a csoportok közötti legnagyobb távolság (heterogenitás) kritériumának (bővebben lásd Kolosi & Rudas, 1988: 142–155.). A keresett csoportok a következő változók interakciói nyomán

jönnek létre:<sup>8</sup>

(1) a vásárlás dimenziójában a vásárolt hanghordozó-mennyiség,

(2) a másolás dimenziójában a készített másolatok mennyisége,

(3) a letöltés dimenziójában pedig a letöltés intenzitása.

A szegmentációt az így kiválasztott 4,27 millió főt reprezentáló almintán klaszterelemzéssel elvégezve öt markánsan elkülöníthető csoportot kapunk (lásd az 1. táblázatot). Az eredményül kapott klaszterek eltérő fogyasztói profilokat takarnak, ezért a továbbiakban *fogyasztói csoportok*ként hivatkozunk rájuk. Ahogy elnevezésük is mutatja, a fogyasztás három dimenziójának valamelyike mindegyik szegmensnél hangsúlyosabb, így például a „gyakran vásárlók” és a „vásárlóelit” száz százaléka vásárol hanghordozót, a másolóknak pedig száz százalékuk szokott másolni, a „letöltők” száz százaléka tölt le hangfájlokat.

**1. táblázat:** A hanghordozópiac szegmenseit leképező klaszterek (hozzáférési csoportok) magközepontjai (standardizált értékek: a nullától való eltérés az átlagosnál nagyobb, illetve kisebb mennyiséget – letöltés esetében intenzitást – jelöl)

| Klaszter   | 1            | 2            | 3      | 4            | 5            |
|--|--------------|--------------|--------|--------------|--------------|
| ZMASDCMC Zscore: CD+MC-re készített másolatok        | 0,223        | 0,869        | 0,118  | <b>5,336</b> | 1,114        |
| ZDL_GYAK Zscore: Hangfájlok letöltésének gyakorisága | -0,089       | 0,806        | -0,101 | 0,224        | <b>6,087</b> |
| ZHHDB3HO Zscore: Vásárolt hanghordozó-mennyiség      | <b>2,116</b> | <b>7,638</b> | -0,195 | 0,654        | 0,761        |

### 3.1.2. A fogyasztói/hozzáférési csoportok és a kereslet szerkezete

A feltárt hozzáférési szegmensek piaci részesedésére vonatkozó adatokat a 2. táblázatban<sup>9</sup> és a 4. ábrán összegeztük. A hozzáférés dimenzióiban a magyarországi hanghordozók kereslete hat fő szegmensre tagolódik.

A „*passzív többség*” (4,5 millió fő, a 15 évesnél idősebb lakosság 54 százaléka) a hanghordozópiac egyik dimenziójában sincs jelen: nem vásárol, de nem is másol és nem tölt le hangfájlokat. Jórészt idős, vidéki, alacsonyabb társadalmi státusú tömeg.

A „*gyakran vásárlók*” és a „*vásárlóelit*” együttesen alig 700 ezer fős csoportjának teljes lakosságon belüli aránya körülbelül 8,4 százalék, ezzel együtt ők biztosítják a magyarországi piacon értékesített hanghordozók forgalmának több mint 80 százalékát (lásd a 4. ábrát). A 2. táblázatból kiolvashatók ennek a rendkívül erős keresleti koncentrációnak a konkrét példányszámokkal megragadható mutatói. A „*gyakran vásárlók*” vagyosabb, jobb körülmények között élő, az átlagnál képzetesebb fiatal és középkorú felnőttek. A „*vásárlóelit*” csoportjában vagyos, magas státusú, fiatalos felső-középosztálybeli, elkötelezett zenerajongókat találunk. A vásárlások intenzitását tekintve a kereslet „*kemény magja*”, a „*vásárlóelit*”, amelynek tagjai havi átlagban több mint egy CD-t vásárolnak, ezzel a CD-kereslet 26 százalékát biztosítják (lásd az 5. ábrát), miközben a lakosságon belüli számarányuk az 1 százalékot sem éri el.

Az „*alkalmi vásárlók*” bő 3 milliós tábora a keresletnek csak igen kis szeletét biztosítja – legalábbis a népességen belüli súlyához képest. Összesen alig több mint 800 ezer hanghordozót vásárolnak, ebből körülbelül félmillió a CD-k, 200 ezer a műsoros kazetták mennyisége. Az „*alkalmi vásárlók*” átlagos életszínvonalú, alsó-középosztálybeli, zenét csak mérsékelten kedvelő és hallgató tömeg. A vásárláshoz képest a másolás sokkal diffúzabb jelenség, amennyiben az üres hanghordozókra készített másolatok kevésbé koncentrálnak pár szűkebb piaci szegmensre, mint a műsoros kiadványok esetében (6. ábra). Koncentrációról mindazonáltal a másolatok esetében is van értelme beszélni: a 150 ezer fős „*intenzív másolók*” tábora egy év alatt körülbelül 6,2 millió üres hanghordozóra készít másolatot, ami fejenként több mint 40 (!) példánynak, az összes másolt mennyiség 27 százalékának felel meg. A Magyarországon évente körülbelül 10 millió üres CD-re<sup>10</sup> készült másolatból minden harmadikat ez a másfél százezres csoport készíti.

A „*letöltők*” keresleti potenciálját érdekes megvilágításba helyezi e szűk csoport részesedése az írható CD-kre készített másolatokból. Ez a 200 ezer fős szegmens ugyanis egy év alatt közel 900 ezer CD-t (fejenként 4,1 darabot) írt, vagyis szinte minden tizedik, üres CD-re készített másolatért ők a felelősek. Minthogy nagyon kevés műsoros hanghordozót vásárolnak, a hozzáférési szegmensek közül ők tartják az egy vásárolt műsoros hanghordozóra jutó másolatok csúcspontját: esetükben minden megvett hanghordozóra átlagosan 84 (!) másolat jut. A „*letöltők*” elsősorban a „*legelitebb*”, legmagasabb társadalmi státusú családok gyermekei, illetve ilyen háttérű fiatalok.



**4. ábra:** A műsoros hanghordozók keresletének szerkezete és a készített másolatok megoszlása fogyasztói csoportok szerint



**5. ábra:** A CD- és az MC-kereslet szerkezete fogyasztói csoportok szerint



**6. ábra:** Az írható CD-re és az üres kazettára készített másolatok megoszlása fogyasztói csoportok szerint

**2. táblázat:** A zenepiac hozzáférési dimenzióiban képzett szegmensek (fogyasztói csoportok) hanghordozó-fogyasztása és részesedésük a piaci keresletből (2003)

| Csoport (klaszter)  |           | 0               | 1                | 2                | 3                | 4                | 5           | 6                | Teljes alapsokaság  |
|---|-----------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|------------------|---------------------|
| Elnevezés   |           | Passzív többség | Gyakran Vásárlók | Vásárló-<br>elit | Alkalmi vásárlók | Intenzív másolók | Letöltők    | Nem besorozhatók | (15+ éves lakosság) |
| A csoport létszáma  | (ezer fő) | <b>4 092</b>    | <b>620</b>       | <b>72</b>        | <b>3 173</b>     | <b>151</b>       | <b>212</b>  | 46               | <b>8 366</b>        |
| A csoport teljes alapsokaságon belüli aránya                            | (%)       | <b>48,9%</b>    | <b>7,4%</b>      | <b>0,9%</b>      | <b>37,9%</b>     | <b>1,8%</b>      | <b>2,5%</b> | 0,5%             | <b>100%</b>         |
| Hanghordozó-vásárlók aránya   | (%)       | <b>0%</b>       | <b>100%</b>      | <b>100%</b>      | <b>61%</b>       | <b>50%</b>       | <b>51%</b>  | 88%              | <b>34%</b>          |
| Másolatokat készítő aránya  | (%)       | <b>0%</b>       | <b>63%</b>       | <b>84%</b>       | <b>73%</b>       | <b>100%</b>      | <b>87%</b>  | 100%             | <b>37%</b>          |
| Internetről hangfájlokat letöltők aránya                                | (%)       | <b>0%</b>       | <b>5%</b>        | <b>25%</b>       | <b>6%</b>        | <b>11%</b>       | <b>100%</b> | 42%              | <b>6%</b>           |
| 12 hónap alatt egy fő által vásárolt hanghordozó-mennyiség              | (átlag) - |                 | <b>5,8</b>       | <b>19,3</b>      | 0,3              | 0,5              | 0,7         | 0,0              | <b>0,7</b>          |
| 12 hónap alatt vásárolt összes hanghordozó-mennyiség                    | (ezer db) | -               | 3 607            | 1 388            | 837              | 74               | 149         | 0                | <b>6 056</b>        |
| Részesedés a teljes (legális) hanghordozó-piac arányában                | (%)       | <b>0%</b>       | <b>60%</b>       | <b>23%</b>       | <b>14%</b>       | <b>1%</b>        | <b>2%</b>   | 0%               | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által vásárolt CD-mennyiség                       | (átlag) - |                 | <b>3,4</b>       | <b>13,2</b>      | 0,2              | 0,3              | 0,6         | 0,0              | <b>0,4</b>          |
| 12 hónap alatt vásárolt összes CD-mennyiség                             | (ezer db) | -               | 2 096            | 954              | 495              | 39               | 121         | 0                | <b>3 705</b>        |
| Részesedés a teljes (legális) CD-piac arányában                         | (%)       | <b>0%</b>       | <b>57%</b>       | <b>26%</b>       | <b>13%</b>       | <b>1%</b>        | <b>3%</b>   | 0%               | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által vásárolt MC-mennyiség                       | (átlag) - |                 | <b>1,7</b>       | <b>4,4</b>       | 0,1              | 0,2              | 0,0         | 0,0              | <b>0,2</b>          |
| 12 hónap alatt vásárolt összes MC-mennyiség                             | (ezer db) | -               | 1 075            | 316              | 220              | 26               | 7           | 0                | <b>1 645</b>        |
| Részesedés a teljes (legális) MC-piac arányában                         | (%)       | <b>0%</b>       | <b>65%</b>       | <b>19%</b>       | <b>13%</b>       | <b>2%</b>        | <b>0%</b>   | 0%               | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által CD+MC-re készített másolatok mennyisége     | (átlag) - |                 | 4,4              | <b>16,7</b>      | 3,3              | <b>41,2</b>      | 7,2         | 10,3             | <b>2,7</b>          |
| 12 hónap alatt készített összes másolat mennyisége                      | (ezer db) | -               | 2 752            | 1 206            | 10 473           | 6 211            | 1 528       | 472              | <b>22 642</b>       |
| Az összes készített másolat arányában                                   | (%)       | <b>0%</b>       | <b>12%</b>       | <b>5%</b>        | <b>46%</b>       | <b>27%</b>       | <b>7%</b>   | 2%               | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által írható CD-re készített másolatok mennyisége | (átlag) - |                 | 1,2              | <b>8,4</b>       | 1,3              | <b>22,8</b>      | 4,1         | 2,5              | <b>1,2</b>          |
| 12 hónap alatt írható CD-re készített összes másolat mennyisége         | (ezer db) | -               | 744              | 605              | 4 126            | 3 433            | 870         | 113              | <b>9 890</b>        |
| Az összes írható CD-re készített másolat arányában                      | (%)       | <b>0%</b>       | <b>8%</b>        | <b>6%</b>        | <b>42%</b>       | <b>35%</b>       | <b>9%</b>   | 1%               | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által üres MC-re készített másolatok mennyisége   | (átlag) - |                 | 3,2              | <b>8,3</b>       | 2,0              | <b>18,4</b>      | 3,1         | 7,8              | <b>1,5</b>          |

|   |           |           |            |            |            |            |            |     |               |
|---|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|-----|---------------|
| 12 hónap alatt üres MC-re készített összes másolat mennyisége | (ezer db) | -         | 2 008      | 601        | 6 347      | 2 778      | 654        | 359 | <b>12 747</b> |
| Az összes, üres MC-re készített másolat arányában             | (%)       | <b>0%</b> | <b>16%</b> | <b>5%</b>  | <b>50%</b> | <b>22%</b> | <b>5%</b>  | 3%  | <b>100%</b>   |
| A hangfájlok letöltésének gyakorisága                         | (átlag)   | -         | 0,1        | <b>0,6</b> | 0,1        | 0,2        | <b>3,3</b> | 1,0 | <b>0,14</b>   |
| A műsoros CD-k aránya a vásárolt mennyiségén belül            | (%)       | -         | 58%        | <b>69%</b> | 59%        | 53%        | <b>81%</b> | -   | <b>61%</b>    |
| A műsoros MC-k aránya a vásárolt mennyiségén belül            | (%)       | -         | 30%        | 23%        | 26%        | 35%        | 5%         | -   | <b>27%</b>    |
| Az írt CD-k aránya az összes másolaton belül                  | (%)       | -         | 27%        | <b>50%</b> | 39%        | <b>55%</b> | <b>57%</b> | -   | <b>44%</b>    |
| Az MC-re készített másolatok aránya az összes másolaton belül | (%)       | -         | <b>73%</b> | 50%        | <b>61%</b> | 45%        | 43%        | -   | <b>56%</b>    |

### 3.2. Műfaji célcsoportok

A hanghordozó-piaci kereslet tartalmi dimenzióinak meghatározásához a kiadványok műfaji tagolásának ismerete szükséges. Ahogy például a napilapok piaca is tagolható a kereslet tartalmi dimenziói (bulvár, minőségi, sport stb.) alapján, úgy a zenepiaci kereslet alapvető műfaji szegmensei is feltárhatók. Ezeket az alapvető tartalmi szegmenseket nevezzük műfaji célcsoportoknak. A műfaji célcsoportok elemzését 20 műfajkategória célcsoportjainak *átfogóbb rajongói tömbökbe* rendszerezésével végeztük. Az adatredukciót faktoranalízissel<sup>11</sup> értük el. Az elemzés eredményeként öt fő műfaji célcsoportot kaptunk (lásd a 7. ábrát):<sup>12</sup>

- „ELITMŰFAJOK”: jazz, komolyzene, népzene/world music, blues, próza/vers, folk/country;
- „HAGYOMÁNYOSSLÁGER-MŰFAJOK”: humor, filmzene, operett/mulatós zene/magyar nóta, gyereklemez;
- „DISZKÓMŰFAJOK”: rap/hip-hop, populáris dance, progresszív elektronikus zene, funky/soul/R&B;
- „POP”: klasszikus pop, latin pop, mai pop;
- „ROCK”: hard rock/metal, alternatív/modern rock, rock;



**7. ábra:** A fő rajongói csoportok által kedvelt műfajok

Külön kategóriát képeznek azok, akik egy műfajt sem szeretnek. Ez egyben a legnagyobb, közel 4,5 millió fős létszámú csoport. Ezzel együtt az a tény, hogy a lakosság 47 százaléka besorolható valamelyik fő műfajtypus rajongótáborába, igen szemléletes műfaji szegmentációt tesz lehetővé.

Tartalmi aspektusból a kereslet jóval kevésbé koncentrált, mint a hozzáférési (fogyasztói) dimenziókban<sup>13</sup> (lásd a 8., 9., 10. ábrát és a 3. táblázatot). Az egyes műfaji szegmensek részesedése a keresletből természetesen lényeges eltéréseket mutat lakosságon belüli arányukhoz képest: egyes műfajok rajongótáborára (diszkó: 9% vs. 25%; rock: 8% vs. 16%) erősen felülreprezentált a műsoros kiadványok piacán, míg másoké alulreprezentált (pop: 9% vs. 7%). A hagyományossláger- és az elitműfajok rajongótáborának részesedése a teljes hanghordozó-keresletből lakosságon belüli arányukkal nagyjából megegyező (8%, illetve 11%). Az egy műfajért sem rajongók természetesen alulreprezentáltak a hanghordozó-keresletben, bár súlyuk nem éppen elhanyagolható: szinte minden harmadik hanghordozót olyan személy vásárol meg, aki egyetlen műfaj iránt sem elkötelezett (legfeljebb valamennyire kedvel valamit).



**8. ábra:** A műsoros hanghordozók keresletének szerkezete és a készített másolatok megoszlása műfaji csoportok szerint



**9. ábra:** A CD- és az MC-kereslet szerkezete műfaji csoportok szerint



**10. ábra:** Az írható CD-re és az üres kazettára készített másolatok megoszlása műfaji csoportok szerint

**3. táblázat:** A zenepiac tartalmi dimenzióiban képzett szegmensek (fő műfaji csoportok) hanghordozó-fogyasztása és részesedésük a piaci keresletből (2003)

| Csoport | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Teljes alapsokaság |
|---------|---|---|---|---|---|---|---|--------------------|
|---------|---|---|---|---|---|---|---|--------------------|



| Elnevezés   |           | Elit         | Diszkrét    | Hagyományos sláger | Rock        | Pop         | Egy műfajért sem rajong | Ismeretlen ízlésű | (15+ éves lakosság) |
|---|-----------|--------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|-------------------------|-------------------|---------------------|
| A csoport létszáma  | (ezer fő) | <b>850</b>   | <b>787</b>  | <b>748</b>         | <b>677</b>  | <b>599</b>  | <b>4 424</b>            | 281               | <b>8 366</b>        |
| A csoport teljes alapsokaságon belüli aránya                            | (%)       | <b>10,2%</b> | <b>9,4%</b> | <b>8,9%</b>        | <b>8,1%</b> | <b>7,2%</b> | <b>52,9%</b>            | 3,4%              | <b>100%</b>         |
| Hanghordozó-vásárlók aránya   | (%)       | <b>41%</b>   | <b>45%</b>  | <b>35%</b>         | <b>51%</b>  | <b>53%</b>  | <b>26%</b>              | 22%               | <b>34%</b>          |
| Másolatokat készítőik aránya  | (%)       | <b>40%</b>   | <b>54%</b>  | <b>40%</b>         | <b>57%</b>  | <b>46%</b>  | <b>30%</b>              | 12%               | <b>37%</b>          |
| Internetről hangfájlokat letöltők aránya                                | (%)       | <b>8%</b>    | <b>8%</b>   | <b>1%</b>          | <b>28%</b>  | <b>9%</b>   | <b>3%</b>               | 0%                | <b>6%</b>           |
| 12 hónap alatt egy fő által vásárolt hanghordozó-mennyiség              | (átlag)   | 0,8          | <b>1,9</b>  | 0,6                | <b>1,5</b>  | 0,8         | 0,4                     | 0,0               | <b>0,7</b>          |
| 12 hónap alatt vásárolt összes hanghordozó-mennyiség                    | (ezer db) | 679          | 1 484       | 447                | 988         | 502         | 1 820                   | 135               | <b>6 056</b>        |
| Részesedés a teljes (legális) hanghordozó-piac arányában                | (%)       | 11%          | <b>25%</b>  | 7%                 | <b>16%</b>  | 8%          | 30%                     | 2%                | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által vásárolt CD-mennyiség                       | (átlag)   | 0,6          | <b>0,9</b>  | 0,3                | <b>1,1</b>  | <b>0,8</b>  | 0,2                     | 0,1               | <b>0,4</b>          |
| 12 hónap alatt vásárolt összes CD-mennyiség                             | (ezer db) | 539          | 723         | 222                | 725         | 458         | 1 013                   | 25                | <b>3 705</b>        |
| Részesedés a teljes (legális) CD-piac arányában                         | (%)       | 15%          | <b>20%</b>  | 6%                 | <b>20%</b>  | 12%         | 27%                     | 1%                | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által vásárolt MC-mennyiség                       | (átlag)   | 0,2          | <b>0,5</b>  | 0,2                | 0,2         | 0,1         | 0,2                     | 0,07              | <b>0,2</b>          |
| 12 hónap alatt vásárolt összes MC-mennyiség                             | (ezer db) | 135          | 415         | 151                | 105         | 41          | 778                     | 19                | <b>1 645</b>        |
| Részesedés a teljes (legális) MC-piac arányában                         | (%)       | 8%           | <b>25%</b>  | 9%                 | 6%          | 2%          | 47%                     | 1%                | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által CD+MC-re készített másolatok mennyisége     | (átlag)   | 2,7          | <b>6,2</b>  | 2,1                | <b>6,1</b>  | <b>3,9</b>  | 1,7                     | 0,3               | <b>2,7</b>          |
| 12 hónap alatt készített összes másolat mennyisége                      | (ezer db) | 2 276        | 4 888       | 1 573              | 4 115       | 2 322       | 7 374                   | 94                | <b>22 642</b>       |
| Az összes készített másolat arányában                                   | (%)       | 10%          | <b>22%</b>  | 7%                 | <b>18%</b>  | 10%         | 33%                     | 0%                | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által írható CD-re készített másolatok mennyisége | (átlag)   | 1,2          | <b>3,1</b>  | 0,6                | <b>3,0</b>  | 1,4         | 0,7                     | 0,2               | <b>1,2</b>          |
| 12 hónap alatt írható CD-re készített összes másolat mennyisége         | (ezer db) | 995          | 2 446       | 478                | 2 061       | 827         | 3 033                   | 49                | <b>9 890</b>        |
| Az összes írható CD-re készített másolat arányában                      | (%)       | 10%          | <b>25%</b>  | 5%                 | <b>21%</b>  | 8%          | 31%                     | 0%                | <b>100%</b>         |
| 12 hónap alatt egy fő által üres MC-re készített másolatok mennyisége   | (átlag)   | 1,5          | <b>3,1</b>  | 1,5                | <b>3,0</b>  | <b>2,5</b>  | 1,0                     | 0,2               | <b>1,5</b>          |
| 12 hónap alatt üres MC-re készített összes másolat mennyisége           | (ezer db) | 1 280        | 2 439       | 1 096              | 2 052       | 1 495       | 4 340                   | 44                | <b>12 747</b>       |
| Az összes, üres MC-re készített másolat arányában                       | (%)       | 10%          | <b>19%</b>  | 9%                 | <b>16%</b>  | 12%         | 34%                     | 0%                | <b>100%</b>         |
| A hangfájlok letöltésének gyakorisága                                   | (átlag)   | 0,1          | 0,2         | 0,0                | <b>0,3</b>  | 0,1         | 0,0                     | 0,0               | <b>0,1</b>          |
| A műsoros CD-k aránya a vásárolt mennyiségben belül                     | (%)       | <b>79%</b>   | 49%         | <b>50%</b>         | <b>73%</b>  | <b>91%</b>  | 56%                     | 19%               | <b>61%</b>          |
| A műsoros MC-k aránya a vásárolt mennyiségben belül                     | (%)       | 20%          | 28%         | 34%                | 11%         | 8%          | <b>43%</b>              | 14%               | <b>27%</b>          |

|  |     |     |     |     |     |     |     |     |            |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| Az írt CD-k aránya az összes másolaton belül | (%) | 44% | 50% | 30% | 50% | 36% | 41% | 53% | <b>44%</b> |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|

|   |     |     |     |            |     |            |     |     |            |
|---|-----|-----|-----|------------|-----|------------|-----|-----|------------|
| Az MC-re készített másolatok aránya az összes másolaton belül | (%) | 56% | 50% | <b>70%</b> | 50% | <b>64%</b> | 59% | 47% | <b>56%</b> |
|---|-----|-----|-----|------------|-----|------------|-----|-----|------------|

#### 4. A kereslet szerkezetének átalakulása

A kereslet szerkezetének dinamikus aspektusai semmivel sem kevésbé fontosak annak valamely időpontban mért statikus jellemzőinél. A kutatás jelenlegi szakaszában már több évre visszamenőleg rendelkezünk olyan információkkal, amelyek alapján vázolhatók a magyarországi hanghordozó-kereslet szerkezetváltozásának trendjei.

A hanghordozó-vásárlók aránya három éve stabilan a 15 évesnél idősebb lakosság (8,366 millió fő) bő egyharmada (körülbelül 2,8 millió fő), a másolatokat készítő tábora ugyanakkor jelentősen – 31 százalékról 37 százalékra, körülbelül félmillió fővel –, az internetről hangfájlokat letöltők tábora pedig a várakozásoknál kisebb mértékben (3,6 százalékról 5,9 százalékra) bővült (lásd a 11. ábrát).



**11. ábra:** A vásárlások, a másolások és a letöltések alakulása 2001 óta a 15 évesnél idősebb lakosság arányában

A továbbiakban a műsoros hanghordozó-formátum „helyettesítő termékei” közül elsősorban a másolt hanghordozók terjedésére összpontosítunk. A letöltés intenzitásának keresleti szerkezetalkító hatásait természetesen figyelembe vesszük, mindenekelőtt a fogyasztói szegmensek képzésekor. Mivel azonban a letöltött hangfájlok pontos mennyiségével kapcsolatban csak az általunk feldolgozott legutolsó évből (2003-ból) rendelkezünk adatokkal, nem lehetséges olyan idősorok vizsgálata, s ezáltal trendek elemzése, mint a másolt és a vásárolt formátumok esetében.

#### 4.1. Vásárolt műsoros kiadványok

##### 4.1.1. Hozzáférési dimenziók

Az egyik legszembetűnőbb jelenség a „keresleten kívüli” alapsokaság, vagyis a „passzív többség” (akik nem vásárolnak, nem másolnak és nem töltenek le hanganyagot) kismértékű zsugorodása (12. ábra). Mindazonáltal szó sincs a hanghordozó-vásárlók táborának bővüléséről: az új „kereslet” elsősorban a másolás terjedésében mutatható ki.

Mint ahogy az „újonnan piacra lépő” fogyasztók az első időben vélhetően nem tartoznak a legintenzívebb vásárlók közé, beáramlásuk elsősorban az alkalmi vásárlók csoportját érinti: az „alkalmi vásárlók” 2002-es 2,7 milliós tábora 2003-ra közel 3,2 milliósra bővült. Ezzel teljesen ellentétes folyamat játszódik le a kisebb méretű, de intenzív vásárlású fogyasztói szegmenseknek a keresleten belüli térnyerésével. Bár létszámukat tekintve csak kismértékben növekedett a „gyakran vásárlók”, továbbá a „vásárlóelit” csoportja, piaci térnyerésük az elmúlt években létszámarányos bővülésüket messze meghaladó, sőt egyenesen megdöbbentő mértékű volt (lásd a 13. ábrát). E két, a műsoros kiadványok forgalmának nagy részét biztosító piaci szegmens három éve még összesen 600 ezres tábora a 2001-ben hatmillió eladott hanghordozóból még „csak” körülbelül 3,5 millió darabot vásárolt, 2003-ra azonban időközben közel 700 ezer főre bővülve (szintén körülbelül hatmillióból) már ötmillió darabot! Együttes piaci részesedésük ezáltal az étékesített példányok 55 százalékáról 83 százalékára nőtt (14. ábra). Nem túlzás tehát azt állítani, hogy a magyar hanghordozópiac rohamos ütemben „szektásodik”, azaz a kiadók mind kevesebb embernek adnak el összes mennyiségét tekintve körülbelül ugyanannyi, egy főre vetítve azonban jelentősen több hanghordozót.

A magyarországi zenepiac mind értékesebb bázisa ez a két, összesen körülbelül 700 ezer főt kitevő, intenzív zenevásárló csoport. Nem lennék meglepve, ha a következő mérések alkalmával a két szegmens súlyának további, akár a teljes kereslet 90 százalékát is elérő növekedését mutatnák ki. Ez egyébként annál is valószínűbb, mivel a fogyasztói szegmensek közül egyedül e kettőben növekszik a hanghordozó-vásárlások egy főre eső mennyisége (lásd a 15. ábrát). A másik három szegmens vásárlásai vagy radikálisan csökkennek („intenzív másolók” és „letöltők”), vagy nem növekednek („alkalmi vásárlók”).



**12. ábra:** A fogyasztói szegmensek mérete (ezer fő)



**13. ábra:** A műsoros hanghordozók fogyasztói szegmensek szerinti kereslete példányszám alapján



**14. ábra:** A fogyasztói szegmensek részesedése a műsoros hanghordozók keresletéből



**15. ábra:** Az egy főre jutó hanghordozó-vásárlás fogyasztói csoportok szerint

A kereslet szerkezetének e dinamikus jellemzői alapján különösen félrevezetőnek tűnnek az olyan, jól hangzó – és ezért a média által könnyen „felkapott” – általánosítások, amelyek szerint a „műsoros/legális hanghordozók piaca haldoklik”, vagy „pár év múlva alig lesz mit eladni” stb. Vitathatatlan, hogy az egy főre eső éves hanghordozó-fogyasztás hosszú ideje stagnál, ugyanakkor *speciális, egyre pontosabban körülírható rétegekben egyenesen bővül a fogyasztás*, és ez a tény a jövőben komoly üzleti lehetőségeket kínál. A bővülő fogyasztású csoportok természetesen szűkebb, „elitista” szegmensek, ugyanakkor biztató fejlemény, hogy *ezek a lakossági hanghordozó-fogyasztás stagnálása ellenére sem erodálódtak*, hanem – éppen ellenkezőleg – megerősödtek: létszámban is, de mindenekelőtt vásárlópotenciálban, aminek egyik legekleatásabb mutatója keresletbeli részesedésük látványos növekedése.

#### 4.1.2. Műfaji dimenziók

Műfaji bontásban is érzékelhető a kereslet koncentrációja, noha ennek mértéke jóval kisebb, mint a fogyasztói szegmensek esetében. (Az egyes célcsoportok mérete pedig nagy időbeli stabilitást mutat, lásd a 16. ábrát.) A legszembetűnőbb az, hogy az összes eladott kiadványon belül 2001 óta jelentősen növekedtek a diszkórajongók vásárlásai (14 százalékról 26 százalékra, lásd a 17. és a 18. ábrát). Kevésbé meglepő a „nem rajongók” részesedésének csökkenése (35 százalékról 30 százalékra), viszont az *elitműfajok célcsoportjának rendre kisebb szelete váratlan fejlemény*. Kismértékben bővült a rock-, továbbá enyhén csökkent a poprajongók keresleten belüli részesedése. A kereslet szerkezete tehát lassacskán, de tendenciáját tekintve a diszkórajongók részesedésének növekedése irányában rendeződik át.



**16. ábra:** A műfaji szegmensek mérete



**17. ábra:** A műsoros hanghordozók műfaji szegmensek szerinti kereslete a példányszám alapján



**18. ábra:** A műfaji szegmensek részesedése a műsoros hanghordozók keresletéből

Az egyes műfaji szegmensekbe tartozók által vásárolt mennyiségek abszolút különbségei jóval kisebb mértékűek, mint a fogyasztói szegmensek között kimutatott eltérések. A különbségek relatív értelemben azonban itt is jelentősek. A vásárolt mennyiségek idősorai lényeges átrendeződést mutatnak (lásd a 19. ábrát).



**19. ábra:** Az egy főre jutó hanghordozó-vásárlás műfaji csoportok szerint

2001-ben még az elitműfajok rajongótáborában volt a legmagasabb az egy fő által vásárolt hanghordozó-mennyiség (1,39 darab). Meglepő módon azonban az elitműfajok közönsége rendre kevesebb hanghordozót vásárol, így a szegmensben 2003-ra az egy főre jutó példányszám 0,8 darabra csökkent. Míg korábban egyértelműen ez a célcsoport vezetett az egy főre eső példányszám alapján, addig 2003-ra a negyedik helyre estek vissza, ekkor már megelőzik őket a pop-, a rock- és a diszkórajongók. Ez utóbbiak pedig jelenleg fejenként több mint kétszer annyi hanghordozót (1,89 darab) vásárolnak, mint az elitműfajok kedvelői, holott 2001-ben még csupán negyedikek voltak a sorban (0,99 darab/fő). A vizsgált három év során növekedett még a rockrajongók egy főre eső vásárolt példányszáma – noha ők a csúcst 2002-ben érték el (1,62 darab/fő), amihez képest 2003-ban még enyhén vissza is estek a vásárlásaik (1,46 darab/fő). A poprajongók „őrzik” harmadik helyüket, bár a fejenként vásárolt mennyiség esetükben is lényegesen csökkent három év alatt (1,19 darabról 0,84 darab/főre).

#### 4.2. A hanghordozó-vásárlás és -másolás főbb összefüggései

A hanghordozó-piaci kereslet vásárlási dimenziójában bekövetkezett átrendeződés (koncentráció, „szektásodás”) mellett *a fogyasztói csoportok másolási hajlamának erősödése a 2000 óta eltelt időszak másik jellemző tendenciája*.<sup>14</sup> A másolt hanghordozó-mennyiség mindegyik fogyasztói és műfaji csoportban növekszik (lásd a 20. és a 21. ábrát).



**20. ábra:** Az egy fő által egy év során készített másolatok mennyisége fogyasztói szegmensek szerint



**21. ábra:** Az egy fő által egy év során készített másolatok mennyisége műfaji célcsoportok szerint

Ezek a tények mind azt sugallják, hogy *az átlagfogyasztó esetében a másolási hajlam erősödése visszafogja a műsoros formátum iránti keresletet*. „Önmagában” – azaz a kereslet alakulását makroszinten vizsgálva – ez az állítás helyénvalónak tűnik. A képet azonban lényegesen árnyalja, ha a jelenséget mikroszinten, azaz *fogyasztói szegmensenként is vizsgáljuk*.

A 22. és a 23. ábra a vásárolt hanghordozó-mennyiség, illetve a készített másolatok fogyasztói szegmensenként és a teljes lakosság átlagában mért mennyiségének alakulását mutatja a bázisévhez, 2001-hez (100%) képest.

Miközben a vásárolt műsoros kiadványok mennyisége három év alatt (a 2002. évi csökkenést leszámítva) érdemben nem változott, a készített másolatok mennyisége jelentősen, mintegy 40 százalékkal emelkedett. Az egyes szegmensek eltérései jelentősek: a hanghordozó-vásárlások volumene (darab/év) emelkedett a „gyakran vásárlók” és a „vásárlóelit” csoportjaiban, ugyanakkor drasztikusan visszaesett az „alkalmi vásárlók”, a „letöltők” és az „intenzív másolók” körében. *A legtöbb szegmens esetében a készített másolatok mennyiségének növekedése ennél sokkal kevésbé tér el az átlagtól (+4 százalék és +44 százalék között alakul), egyedüli kivétel a legkisebb fogyasztói szegmens, a „vásárlóelit”, akiknél a másolatok volumene radikálisan, a 2001-es mennyiség körülbelül 3,5-szeresére növekedett.*



**22. ábra:** Az egy fő által vásárolt műsoros hanghordozók példányszámának alakulása 2001-hez képest (fogyasztói szegmensek)



**23. ábra:** Az egy fő által készített másolatok példányszámának alakulása 2001-hez képest (fogyasztói szegmensek)

A másolás és a műsoros példányok iránti kereslet árnyalt összefüggéseihez a következő adatok együttes vizsgálata szükséges:

- a műsoros kiadványok példányszámának bővülése,
- a másolatok mennyiségének bővülése és
- az eltérő vásárlási és másolási hajlamú fogyasztói szegmensek piaci részesedésének alakulása.

A főbb összefüggések a fenti két ábráról is leolvashatók, teljes képet azonban a 4. táblázatból kapunk. A táblázatban három évre visszamenőleg mindegyik fogyasztói szegmensnél feltüntettük a vásárolt műsoros kiadványok és a készített másolatok darabszámának alakulását a bázisévhez, 2001-hez képest, valamint a szegmensnek a teljes magyarországi keresletből való, adott évi részesedését. A teljes lakosság átlagában, valamint a fogyasztói szegmensek többségénél a másolatok mennyiségének bővülése rendre meghaladja - méghozzá sokszor jelentős mértékben - a vásárolt műsoros kiadványok darabszámának változását. (Ez utóbbi ráadásul öt szegmensből három esetében meredeken csökken.)

**4. táblázat:** Az egy fő által vásárolt műsoros hanghordozók és a készített másolatok példányszámának alakulása 2001-hez képest a fogyasztói szegmenseken belül\*

|                         |                | 2001                 | 2002        | 2003        |
|-------------------------|----------------|----------------------|-------------|-------------|
| <b>Gyakran vásárlók</b> | Műsoros        | 2001-hez képest 100% | <b>118%</b> | <b>128%</b> |
|                         | Részesedés (%) | 40%                  | 56%         | 60%         |
|                         | Másolat        | 2001-hez képest 100% | 87%         | 104%        |
|                         | Részesedés (%) | 14%                  | 12%         | 12%         |
| <b>Vásárlóelit</b>      | Műsoros        | 2001-hez képest 100% | 112%        | 123%        |
|                         | Részesedés (%) | 15%                  | 18%         | 23%         |
|                         | Másolat        | 2001-hez képest 100% | 170%        | 352%        |
|                         | Részesedés (%) | 2%                   | 3%          | 5%          |
| <b>Alkalmi vásárlók</b> | Műsoros        | 2001-hez képest 100% | 33%         | 38%         |
|                         | Részesedés (%) | 33%                  | 11%         | 14%         |
|                         | Másolat        | 2001-hez képest 100% | 115%        | 126%        |
|                         | Részesedés (%) | 47%                  | 44%         | 46%         |
| <b>Intenzív másolók</b> | Műsoros        | 2001-hez képest 100% | <b>113%</b> | 25%         |
|                         | Részesedés (%) | 5%                   | 6%          | 1%          |
|                         | Másolat        | 2001-hez képest 100% | 107%        | 115%        |
|                         | Részesedés (%) | 30%                  | 31%         | 27%         |
| <b>Letöltők</b>         | Műsoros        | 2001-hez képest 100% | 116%        | 33%         |
|                         | Részesedés (%) | 7%                   | 7%          | 2%          |
|                         | Másolat        | 2001-hez képest 100% | 196%        | 144%        |
|                         | Részesedés (%) | 6%                   | 8%          | 7%          |
| <b>Teljes lakosság</b>  | Műsoros        | 2001-hez képest      | <b>100%</b> | <b>92%</b>  |
|                         | Másolat        | 2001-hez képest      | <b>100%</b> | <b>114%</b> |
|                         |                |                      | <b>141%</b> |             |

\* Kiemelve azok az idősorok, ahol a vásárolt műsoros kiadványok bővülése meghaladja a készített másolatokét

Ez az összefüggés szinte szabály - egyetlen szegmens, a „gyakran vásárlók” kivételével. Az ő esetükben ugyanis jóval nagyobb ütemben bővült a vásárolt hanghordozók mennyisége, mint a készített másolatok darabszáma. A „gyakran vásárlók” 2003-ban 28 százalékkal vásároltak több hanghordozót, viszont csupán négy százalékkal készítettek több másolatot a bázisévhez, 2001-hez képest. Ha ehhez hozzávesszük a szegmens részesedését a műsoros kiadványok keresletéből, érdekes jelenséget veszünk észre. A „gyakran vásárlók” ugyanis a műsoros hanghordozó-kereslet legnagyobb részesedésű fogyasztói csoportja, akiknek az éves hanghordozó-forgalomra eső

részesedése – mint azt már korábban is láttuk – 2001 és 2003 között 40 százalékról 60 százalékra nőtt. Magyarországon 2003-ban minden tíz hanghordozóból hatot ez a körülbelül 620 ezer főt számláló csoport vett meg. Ha pedig a kereslet legnagyobb részesedésű szegmensében nem igaz, hogy a több másolat visszaveti a vásárolt műsoros hanghordozók mennyiségét, akkor a másolás és a vásárlás összefüggéseiről a teljes lakosság egészére vonatkozóan tett korábbi megállapításunk korrekcióra szorul. Árnyaltabban fogalmazva azt jelenthetjük ki, hogy

- makroszinten igaz az az összefüggés, hogy a másolatok mennyisége a vásárolt műsoros kiadványok példányszámának rovására alakul (az előbbi nő, az utóbbi stagnál);
- ez az összefüggés azonban bizonyos mikroszinteken nem érvényesül: a műsoros hanghordozók keresletének legnagyobb – 2003-ban 60 százalékos – részesedésű fogyasztói szegmense (a „gyakran vásárlók”) esetében ez az összefüggés nem áll fenn, mert a vásárolt hanghordozók mennyisége jóval nagyobb ütemben bővült, mint a készített másolatoké;
- a teljes piac átlagában a készített másolatok és a vásárolt műsoros kiadványok darabszámának aránya mégis azért alakul kedvezőtlenül, mert a másolatokat készítő kör gyors ütemben bővül, továbbá a műsoros hanghordozók piacán csak kis részesedéssel rendelkező fogyasztói szegmensek mind intenzívebben másolnak.

E következtetések alapján nyilvánvaló, hogy – Magyarországon legalábbis – *mégsem tartható az az állítás, hogy „a több másolat feltétlenül visszaszorítja a műsoros hanghordozók keresletét”*: az a fogyasztói szegmens, amelyik manapság a piac nagy részét eltartja, nemcsak hogy továbbra is több hanghordozót vásárol, mint amennyi másolatot készít, hanem még nagyobb ütemben is növeli (műsoros) hanghordozó-fogyasztását, mint amennyivel több másolatot készít. Ez a megállapítás egyben többéves kutatási programunk egyik legmeglepőbb eredménye.

Hasonló, „atipikus” trendet a műfaji célcsoportok vizsgálatakor is felfedezhetünk (lásd a 24. és a 25. ábrát): a diszkórajongók a bázisévhez viszonyítva mind 2002-re, mind 2003-ra gyorsabb ütemben növelik vásárolt példányszámukat (116 százalék, illetve 190 százalék), mint másolataik mennyiségét (109 százalék, 132 százalék). 2003-ra tehát az eltérés a vásárlások javára egészen elképesztő mértékben fokozódik. *Ez újabb bizonyítéka annak, hogy a mind intenzívebb másolás nem megy szükségszerűen a műsoros kiadványok példányszámának kárára. A diszkórajongók esetében a vizsgált időszakban nem egyszerűen arról van szó, hogy a másolataik mennyiségén jóval nagyobb mértékben nőnek a célcsoport vásárlásai, hanem arról is, hogy mindeközben lényegesen nőtt a szegmens piaci részesedése: 14 százalékról 25 százalékra. Ráadásul ez az a csoport, amelynek részesedése a keresletből az összes műfaji szegmens közül a legdinamikusabban növekszik.*



**24. ábra:** Az egy fő által vásárolt műsoros hanghordozók példányszámának alakulása 2001-hez képest (műfaji szegmensek)



**25. ábra:** Az egy fő által készített másolatok példányszámának alakulása 2001-hez képest (műfaji szegmensek)

## Következtetések

A hanghordozópiac szerkezeti átalakulását vizsgálva hasonló jelenségeket figyelhetünk meg, mint amilyenek más médiatermékek (például a napi- és a hetilapok) keresletére is hatással vannak:

- általános példányszámzuhanás vagy stagnálás;
- a hagyományos formátumok keresletének mind speciálisabb rétegek vásárlásaira koncentrálódása, „szektásodása”;
- a helyettesítő termékek (elsősorban az elektronikus, kiváltképp a digitális tartalom) előretörése.

A helyettesítő termékek szerepét illetően bármely médiatermék vonatkozásában csak a makro- és a mikroszintek együttes vizsgálatára alapozva lehetséges érvényes kijelentéseket megfogalmazni. Mikroszinten nem feltétlenül érvényesek a makroszintek vizsgálatára korlátozott elemzések következtetései. *Olyan esetekben, amikor a kereslet változásának dinamikáját biztosító fogyasztói csoportok viselkedése nem a makroszinten megállapított összefüggéseket követi, a mikroszintek vizsgálata elengedhetetlen a látszólag ellentmondásos mechanizmusok pontos feltárásához.* A média-gazdaságtanban gyakran találkozhatunk ilyen jelenséggel, mivel a változatos formátumú és tartalmú médiatermékek kereslete igen gyakran a lakosság speciális csoportjaira koncentrálódik. Ilyenkor a hagyományos formátum közönségének szűkülése és a helyettesítő termékek gyors diffúziója már egymástól függetlenül is a makroszinttel ellentétes mechanizmusokat gerjeszthet bizonyos partikuláris fogyasztói magatartású szegmenseken belül. Hasonló okokkal magyarázható, hogy a hanghordozópiac bizonyos szegmenseinél a hanganyagmásolás terjedése nemhogy nem megy a vásárlások kárára, hanem lényegében mintha még katalizálná is azokat.

A magyarországi hanghordozópiac empirikus vizsgálata a nemzetközi zenepiac középtávú kilátásaira vonatkozóan is szolgál támpontokkal. A visszaesés arányait tekintve *a legjelentősebb forgalomcsökkenés a hagyományosan nagy közönségű, népszerű („sláger-”) műfajok kiadványait fenyegeti.* Ezek azok az irányzatok, amelyek célcsoportjai fokozatosan csökkenő arányban vásárolnak hanghordozókat.

Már vannak arra utaló jelek, hogy a zenepiaci kereslet szerkezetének átalakulása szemléletváltozáshoz vezet a nemzetközi óriáskiadók menedzsmentjében. Valószínű, hogy *a nemzetközi szinten többmillió példányszámokra beállított „mainstream” zeneipari marketingstratégiát fel kell váltania (vagy legalábbis ki kell egészítenie) egy, a*



sok kicsi, partikulárisabb ízlésű célcsoport összességében talán kisebb példányszámot ígérő, ugyanakkor hosszú távon stabilabb és hűségesebb vásárlóira építő stratégiával. A multinacionális kiadók megannyi „label”-je (egy-egy műfaj előadóira szakosodott divíziók) köré kiépített promóciós struktúra akár megfelelő alapokat is biztosíthat ehhez. A kereslet szerkezeti átalakulásának egyik legfontosabb stratégiai következménye így vélhetően az lesz, hogy az úgynevezett „mainstream” műfajok példányszámainak drámai zuhanásával párhuzamosan a kiadóknak a rétegzeneket mind kevésbé szükséges „eltartott” vagy „megtúrt” műfajokként kezelniük, hiszen – a nyomtatott sajtó piacának az utóbbi fél évszázadban végbement átalakulásához hasonlóan – a zenevásárló tömeg előrehaladott fragmentálódásával a kereslet mind nagyobb hányadát teszik ki a rétegműfajok közönségének hanghordozó-vásárlásai. Ehhez azonban mind bonyolultabb kutatási apparátussal kell közelebb jutni a közönség megértéséhez.

## Függelék

Az elemzés alapjául szolgáló adatfelvételek főbb ismérvei

Kérdőív:

- 2000-2002.: a Szonda Ipsos és a GfK Hungária közös Nemzeti Média Analízis felmérésének kiegészítő modulja. A Média Analízis a magyarországi nyomtatott sajtó és a rádiózási piac teljes körű közönségmérése, amely részleges tévénezettség adatokat is tartalmaz. Ennek köszönhetően lehetséges a hanghordozópiacról felvett adatoknak a többi médium használatára vonatkozó információkkal való együttes vizsgálata.
- 2003.: önálló, körülbelül egyórás interjú eredményező kérdőív.

*Időszak és mintanagyság:* a Média Analízis havi adatfelvételi ciklusokban végzett, folyamatos vizsgálat. A hanghordozópiacot egyelőre az év meghatározott időszakában vizsgáltuk. A minták reprezentatívak a 15 évesnél idősebb magyarországi lakosságra (zárójelben a felvett minták nagysága):

- 2000-ben szeptember és október (2 x 2120 = 4240 fő);
- 2001-ben július, szeptember, november (3 x 2360 = 7080 fő);
- 2002-ben július, szeptember, november (3 x 2500 = 7500 fő).
- 2003-ban: november, december (2211 fő = 1800 + 411 fő a fájlcsereelő hálózatok használóinak felülreprezentálására (úgynevezett „boost-minta”).

## Irodalom

Berman, Jay (2001) *Shaping The Future For The Recording Industry*. IFPI Network, *The Newsletter Of The International Recording Industry*. October.

Bourdieu, Pierre (1979) *La distinction - Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de minuit.

Gálik Mihály (2000) *Médiagazdaságtan*. Budapest: Aula Kiadó.

*Gazdasági folyamatok, 2000–2004* (2004). Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

Head, S. W. & Sterling, C. H. & Schofield, L. B. & Spann, T. & McGregor, M. A. (2001) *Broadcasting in America - A survey of electronic media*. Houghton Mifflin Company.

Kolosi Tamás & Rudas Tamás (1988) *Elektronikus problémamegoldás a szociológiában*. Budapest: Társi.

Székelyi Mária & Barna Ildikó (2002) *Túlélőkészlet az SPSS-hez*. Typotex.

*World Press Trends* (1999) World Association of Newspapers.

## Lábjegyzetek

1

Köszönettel tartozom a Magyar Hanglemezkiadók Szövetsége ügyvezető igazgatójának, dr. Musinger Ágnesnek a kutatási program megtervezésében, szakmai ellenőrzésében és az elmúlt évek során nyújtott segítségéért.

2

A 2000. évi fúzió során létrejött AOL/Time Warner 2003 során kettévált.

3

BMG, EMI Sony Music, Universal, Warner.

4

Forrás: Magyar Hanglemezkiadók Szövetsége (MAHASZ).

5

A kiadványok tényleges bolti árai természetesen nem kizárólag a kiadók szándékától függenek.

6

Az egy főre jutó reáljövedelem – fél évtizedes csökkenés, majd szintén fél évtizedes „újra felzárkózás” után – először 2000-ben érte el az 1991. évi szintet, 2001-ben pedig már kissé meg is haladta azt (*Gazdasági folyamatok, 2000–2004, 2004*).

7

A „hagyományos” elektronikus médiumokon (rádió, televízió) keresztül sugárzott zene itt két okból nem képez külön kategóriát. Egyrészt, mert média-gazdaságtani szempontból a rádió- és a televízióműsorok nem



ugyanolyan „termékek”, mint a hanghordozók. Garnham és Locksley (1991, idézi: Gálik, 2000) alapján a leglényegesebb különbség a fogyasztás időbeni dimenziójában keresendő: a sugárzott műsorok esetében a fogyasztás a termeléssel (műsorszolgáltatás) egyidejűleg történik, szemben a hanghordozók kreatív tartalmának időben kötetlen fogyaszthatóságával. (Hozzátehetnénk, hogy míg a sugárzott műsorok esetében a termelés határkölsége zérus – az adott piacon valamely további fogyasztó kiszolgálása nem növeli az előállítás költségeit –, addig a hanghordozópiacon messze nem zérus, még ha egyetlen példány előállításának ára meglehetősen alacsony is.)

8

A csoportképzéshez az SPSS-programcsomag „K-Means Cluster” klaszterezési eljárását alkalmaztuk (a módszer részletes ismertetését lásd: Székelyi & Barna, 2002: 109–163.) A klasztereket előállító programot a vizsgált három változóra futtattuk. (A programba egészen pontosan a három változó – a vásárolt, a másolt mennyiség és a letöltés intenzivitása – sztenderdizált alakját visszük be. A sztenderdizálással a változók eredeti értékeit úgy alakítjuk át, hogy várható értékük – átlaguk – nullával, szórásuk pedig eggyel lesz egyenlő. Így például az a személy, akinél mindhárom sztenderdizált változó pozitív értéket vesz fel, az átlagnál több hanghordozót vásárol és másol, illetve gyakrabban tölt le hangfájlokat.) Az elemzésből kizártuk azokat, akiknél mind a vásárolt hanghordozók, mind a készített másolatok mennyisége nullával egyenlő, továbbá nem töltenek le hangfájlokat. Ők ugyanis már eleve kellően homogén csoportot – egy ún. „nulladik szegmenset” – képeznek, ezért nincsen szükségünk további elemzésre ahhoz, hogy eldöntsük, hova is tartoznak.

9

Az egy főre jutó példányszámokat, valamint a kereslet teljes volumenének kiszámításához az adatfelvételtől nyert információkat a MAHASZ 2003. évi értékesítési statisztikai segítségével korrigáltuk.

10

Forrás: [www.mahasz.hu](http://www.mahasz.hu).

11

A faktoranalízis nagy mennyiségű változó – esetünkben a különböző műfajok – csoportosításával lehetővé teszi olyan fődimenziók kiemelését, amelyek egyébként rejtve maradnának. A számítások eredményeként olyan dimenziókat – faktorokat – kapunk, amelyek a lehető legjobban különböznek egymástól, ugyanakkor az egy-egy dimenzióba csoportosított műfajok közötti eltérés a lehető legkisebb. Aki rajongója egy műfajnak, az nagyobb valószínűséggel lesz rajongója valamelyik, ezzel a műfajjal azonos faktorba tartozó másik műfajnak is, mint olyan faktorokba sorolt műfajoknak, amelyek egyikéért sem rajong. Ez az állítás megfordítva a műfajok elutasítására is igaz.

12

Valamely fő műfaj rajongóinak azokat az egyéneket minősítettük, akiknél az adott műfaj factor score-ja elérte vagy meghaladta a +1-et. Így azonban még „nem diszkrét”, hanem átfedéseket is megengedő kategóriákat kaptunk: léteznek ugyanis olyan sajátos – az alapsokaság átlagához képest szélsőséges ízlésű – egyének, akik egyszerre több fő műfaj célcsoportjába is besorolhatók, mivel több olyan zenei műfajt is szeretnek, amelyek együttes kedveltsége a lakossági ízlés feltárt mintái (patterns) alapján ritkaságnak számít. Miután azonban mindenkire ismerjük a műfajok kedveltségének mértékét kifejező factor score-t, azokban az esetekben, amikor valaki egynél több fő műfajnak is a rajongója, eldönthetővé válik, melyik műfajt kedveli a legjobban, a legkedveltebb műfaj factor score-ja ugyanis a legmagasabb. Ezzel az eljárással végül diszkrét műfaji célcsoportokat hoztunk létre.

13

Az általunk kiszámított részesedési mutatók természetesen nem azonosak az értékesített kiadványok műfaj szerinti besorolásával. (Ez utóbbi kérdőíves adatfelvétellel nem vizsgálható.) Az egyes műfajok célcsoportjai természetesen más műfajba sorolható kiadványokat is vásárolnak, bár az nagy valószínűséggel kijelenthető, hogy vásárlásaikban jelentős súlyt képviselnek azon műfajok kiadványai, amelyeknek rajongói.

14

Terjedelmi okok miatt a vásárlás és a másolás összefüggéseit elsősorban a zenepiaci kereslet hozzáférési dimenzióiban vizsgáljuk. A kereslet tartalmi aspektusában is kimutathatók összefüggések a két jelenség között, mivel azonban a hozzáférési aspektusban kialakított szegmensek jobban differenciáltak e két jelenség tekintetében, a tanulmány főbb megállapításai ezek vizsgálatára szorítkozva is szemléletesen alátámaszthatók.



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](#)

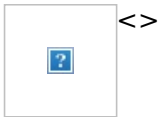
Könyvajánló



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](#)

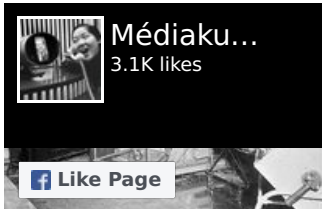
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2005 nyár

### Történelem

[Cieger András:](#)

# A vizsgálóbizottság és a nyilvánosság

## Egy politikai botrány a századfordulós Magyarországon

**1903. július 29-én Pap Zoltán ellenzéki képviselő 10 000 korona vesztegetési pénzt tett le a Tisztelt Ház asztalára, amelyet a kormányzati munkát ellehetetlenítő parlamenti obstrukció beszüntetése érdekében kapott. Kiderült, hogy a pénz gróf Szapáry László fiumei kormányzótól, a miniszterelnök jó ismerősétől származott. A szövevényes ügy felderítésére - először a magyar törvényhozás történetében - vizsgálóbizottságot állítottak fel. A testület szokatlan eszközhöz folyamodott az eljárás során: a nyilvánossághoz fordult a politikai elit tagjaira nézve terhelő bizonyítékokért.**

### Az ügy

1903. július 29-én, egy meleg nyári délelőttön Pap Zoltán ellenzéki képviselő szenzációt keltő bejelentést tett a képviselőház plénuma előtt, amely éppen az új miniszterelnök, gróf Khuen-Héderváry Károly kormányprogramjáról vitatkozott. A függetlenségi honatya állítása szerint 10 000 korona készpénzt kapott annak fejében, ha eláll a kormányt bíráló felszólalásától, és vidékre utazva nem vesz részt többé az év eleje óta tartó obstrukcióban, amellyel az ellenzék egy része a monarchia haderejének növelését célzó véderőjavaslat, illetve a költségvetés elfogadását kívánta megakadályozni. Pap a pénz átadójaként Dienes Márton újságíró és volt ellenzéki képviselőt jelölte meg, ám világossá tette, hogy az úgynevezett leszerelési akció kitervelője és finanszírozója egy, a miniszterelnökhöz közel álló befolyásos politikus. Ezután a pénzt letette a ház asztalára, és követelte az ügy kivizsgálását.

A már amúgy is feszült hangulatú ülésteremben elszabadultak az indulatok. Más ellenzéki politikusok is jelezték, hogy az utóbbi hetekben megkörnyékezték őket vagy a pártjukat támogató lapokat. Annak ellenére, hogy a kormánypárt is egyetértett egy vizsgálóbizottság felállításával, a bekiabálásokkal tarkított tárgyalást a ház elnökének hosszabb-rövidebb időre több alkalommal is fel kellett függesztenie, és egymást követték a zárt ülések is. Az ellenzék sikeresen akadályozta meg mind Khuen-Héderváry felszólalását, mind pedig azt, hogy írásban nyújtsa be a napirend megváltoztatására irányuló javaslatát. Ennek érdekében - némi dulakodás árán - még a jegyző kezéből is kitépték, majd darabokra szaggatták a kormányzati munka szempontjából elengedhetetlen indítványokat. Az ülésnap csak éjfél után ért véget, amikor az ellenzék kivonulását követően a szabadelvű párt elfogadta a kormány előterjesztéseit.

Másnapra kiderült a valódi vesztegető kiléte: gróf Szapáry László fiumei kormányzó, a miniszterelnök ismerőse és a tágabb értelemben vett kormányzat tagja nyilatkozatban ismerte el bűnösségét, és beadta a lemondását. Szapáry így indokolta tettét:

„Tettem azt azért, mert azzal azt gondoltam, azt véltem, hogy elősegítem a végzetessé válható törvényen kívüli állapot megszűnését, másrészt igaz ragaszkodásból a miniszterelnök úr személye iránt. Becsületszavamat adom arra, hogy a miniszterelnök úrnak ezen lépésemről semmiféle tudomása nem volt. Tettem azt saját egyéni akaratomból anélkül, hogy a kormány bármit is tudott volna.”<sup>1</sup>

„Mentségem csak a hazaszeretet és a barátság.”<sup>2</sup>

Két nappal a történetek után a képviselőház megválasztotta a parlamenti vizsgálóbizottság ellenzéki és kormánypárti tagjait. A bizottság többsége és elnöke, Rohonyi Gyula is a szabadelvű párt soraiból került ki. Ugyancsak 31-én a függetlenségi párt egyik vezéralakja, Kossuth Ferenc, aki korábban ellenezte az obstrukciót, beszédében lemondásra szólította fel a miniszterelnököt, mondván:

„...a magyar miniszterelnököknek az egész világ előtt oly tisztán kell állania, hogy még távolról se érinthessék gyanúval. [...] Most a miniszterelnök urat kérdezem, hogy nem hiszi-e, hogy saját érdekében cselekednék és a magyar miniszterelnöki szék tekintélye fenntartásának

érdekében, ha követné gróf Szapáry László példáját?”<sup>3</sup>

Továbbá kijelentette, hogy amíg a kormányfő nem távozik a posztjáról, csatlakozik az obstrukcióhoz.

A bizottság még ugyanezen a napon megkezdte működését: 11 ülésben napi hat-nyolc órán keresztül több tucat tanút hallgatott meg, iratokat gyűjtött be és vizsgált át. Az érdemi munkát augusztus 8-án már befejezte, de a testület az eredményt tartalmazó többségi és a kisebbségi véleményt csak bő két héttel később fogadta el – a képviselőház azonban sosem tárgyalta meg azt. Eközben jelentős belpolitikai fordulat következett be: augusztus 10-én Khuen-Héderváry Károly beadta lemondását, mert az ellenzék ellehetetlenítette a kormány és a törvényhozás munkáját. Az indokok között ugyan nem említette a vesztegetési botrányt, de az uralkodóhoz intézett felterjesztésében utalt arra, hogy a kormány helyzete július 31-én – tehát közvetett módon mégiscsak a vesztegetési ügy miatt – tovább súlyosbodott.<sup>4</sup> A bizottság előtt mindazonáltal határozottan tagadta, hogy bármiféle előzetes tudomása lett volna az ügyről. Szapáryval való kapcsolatát igyekezett felszínesnek beállítani, miközben a kormányzót egy zavaros gondolkodású és kiszámíthatatlan embernek állította be:

„Tulajdonképp igen keveset volt alkalmam vele az életben érintkezni, politikai tekintetben pedig igen sokszor eltérő utaink voltak és így nem volt semmi alap sem arra, hogy közelebbi, intimebb barátság fejlődött volna ki [...] Mellesleg megjegyzem, hogy előadása rám mindig bizonyos misztikus és különködő benyomást tett, úgyhogy sokszor nem is tudtam tisztán kivenni, hogy tulajdonképpen mi a célja és hogy mit akar, mit javasol.”<sup>5</sup>

A miniszterelnök lemondása valójában politikailag súlytalanná tette a bizottság további működését, amelynek (többségi) végjelentése ráadásul csak a már jól ismert tényeket összegezte. A dokumentum egyedüli bűnösként Szapáryt nevezte meg, felmentette tehát egyrészt Khuen-Héderváryt a legkisebb gyanú alól is, azt állítva, hogy a miniszterelnök még közvetetten sem gyaníthatta a készülő akciót, másrészt a fővárosi rendőrség nyomozásában és annak vezetője, Rudnay Béla főkapitány intézkedéseiben sem talált kivétlnivalót. Végül – szemben a bizottsági kisebbség véleményével – Szapáry tettét csupán egy elszigetelt és egyszeri vesztegetési esetnek nyilvánította, nem találva bizonyítékot sem más függetlenségi képviselők, sem ellenzéki lapok lefizetési kísérletére. A bizottság augusztus végén benyújtotta jelentését a képviselőháznak, amely napirendre tért az ügy felett. „A vizsgálat iratai félretétettek, irattári por lepi őket a megsemmisülésig” – zárja az ügyről írott visszaemlékezéseit Eötvös Károly (Eötvös, 1909: 29).

A történetek az esetben érintett szereplők egyikének sem eredményeztek lényeges törést a hivatali pályáján vagy a magánéletében. Az uralkodó két ízben is kormányalakítással bízta meg Khuen-Héderváry Károlyt. Először közvetlenül a történetek után szeptember végéig próbálkozhatott a belpolitikai nyugalom megteremtésével, majd 1910-től állhatott két éven át a kormány élén. Szapáry László – elkerülve a hivatali felelősségre vonást – megtarthatta címeit (v.b.t.t., cs. és kir. kamarás stb.) és nyugdíjogosultságát, majd 1922 és 1924 között rendkívüli követként és meghatalmazott miniszterként képviselte az országot Londonban. Az ügyben szintén részt vevő testvére, Szapáry Pál (aki bizalmas információk tudója volt, több ízben képviselte bátyját a bizottság előtt) 1905-ben maga ülhetett a kormányzói székbe Fiumében. Dienes Márton a közvetítői munkájáért kapott tetemes pénzzel a zsebében és szeretőjével az oldalán még az ügy kipattanásakor Berlinbe szökött, majd az Amerikai Egyesült Államokba vándorolt, ahol tovább folytatta újságírói tevékenységét. Az őt a késlekedés és az erélytelen intézkedések révén futni hagyó Rudnay, aki régi jó barátként elsőként sietett vigasztalni Szapáryt, 1906-ig maradt hivatalában, majd munkapárti képviselő lett, és érdemei elismeréseként az uralkodó Szent István-rendet adományozott neki.

## Nézőpontok

Egykorúan négy magyarázat látott napvilágot a vesztegetéssel kapcsolatban. Az ellenzék természetesen nem hitt a magányos elkövető teóriájában, és (például a bizottság kisebbségének véleménye) megállapította a miniszterelnök felelősségét. Itt jegyezzük meg, hogy az általunk áttanulmányozott kormánypárti források egy jelentős része is osztotta azt a vélekedést, hogy Khuen-Héderváry Károly tudott az akcióról. Thallóczy Lajos, a miniszterelnök bizalmasa például ezt írta a naplójába:

„A dolog abban áll, hogy ami már biztos előttem, hogy szegény Khuen bizony benne volt a Szapáry László által oly számár módon megindított vesztegetési ügyben s Szapárynál vannak levelek, amelyek ezt bizonyítják. Ha nem is közvetlen levelek ezek (de ilyen is lesz), de olyan közvetítő szerepelt, akiről Khuen tudott. Joggal. Azt a hibát követte el a parlamenti bizottság előtt, hogy Szapáryról nagyon despectus [lenéző] hangon beszélt s így az egész családot maga ellen zúdította...”<sup>6</sup>

Igaz, megfogalmazódott egy olyan magyarázat is, amely szerint az egész vesztegetési ügyet néhány jelentéktelen és erkölcstelen újságíró eszelte ki. Ők a jóhiszemű és naiv kormányzóból tetemes pénzt akartak kicsalni, és ennek nagy részével egy látszatakció után távozni kívántak az országból. Harmadikként felbukkant az a scenárió is, miszerint maga a függetlenségi párt kezdeményezte e tervet, hogy egy színlelt vesztegetés után botrányt kelteve megbuktassák a kormányfőt, és ezzel helyreállítsák saját pártjuk belső egységét. Végül arról is terjedtek el híresztelések, hogy az egész akció mögött az osztrák nagyipar, illetve egy másik variáció szerint Ferenc Ferdinánd trónörökös állt.<sup>7</sup>

A fentebbiekben dióhéjban ismertetett esetet a történész is számos nézőpontból elemezheti. A hagyományos politikatörténet-írás az elhúzódó századfordulós belpolitikai válság egy rövid, de jellemző epizódjaként tartja számon az eseményeket, és mindenekelőtt az országgyűlési pártokon belül létező ellentétek, valamint a politikai erők egymással folytatott meddő közjogi csatározásainak a bemutatására helyezi a fő hangsúlyt (Dolmányos, 1963:

Ugyancsak tanulmányozható az ügy alkotmánytörténeti vetülete. A napjainkban már jól ismert és meglehetősen gyakran igénybe vett országgyűlési eszközt, az egyes nagy port kavarázó visszaesetek felderítésére létrehozott vizsgálóbizottság intézményét ugyanis hazánkban ekkor alkalmazták először. Fontos adalékokkal szolgálhat a bizottság létrejöttének, jogköreinek és eljárási szabályainak a tanulmányozása, illetve ehhez kapcsolódóan a politikai büntényt elkövetők jogi felelősségre vonásának a kérdése sem lehet érdektelen a dualizmus kori parlament fejlődése iránt érdeklődő kutatók számára.<sup>8</sup>

Lehetséges továbbá a korrupciótörténeti vizsgálódás, részben mert az 1903-as eset több szempontból sem precedens nélküli. 1869-ben Hollán Ernő közlekedési államtitkár tett le 40 000 forintot a ház asztalára, amellyel belga vasúti vállalkozók kívánták őt építési engedélyek megadására ösztönözni, 1872-ben pedig a miniszterelnökkel, Lónyay Menyhérttel szemben hangzottak el korrupciós vádak, amelyek komolyan hozzájárultak az iránta érzett bizalom megrendüléséhez és végül a bukásához is. Az 1903-as eset újdonsága – mint említettük – az ügy kivizsgálásában keresendő. Korábban ugyanis elmaradt a vádak nyilvános tisztázása: a jogi út helyett a megvádolt politikusok számára a párbaj, illetve a magánéletbe való visszavonulás kínálkozott megoldásként (Cieger, 1998: 3-23; 2001: 335-349).

Kézenfekvő lehetőségként kínálkozik a sajtótörténeti megközelítés is. Ez az eset ugyanis többszörösen is érinti a századfordulós sajtó világát. Az ügy kulcsszereplői között több újságíró található, de a vesztegetési kísérlet is részben újságok ellen irányult: a *Budapesti Napló*, a *Magyarország* és a *Népszava* szerkesztőségét egyaránt megkörnyékezték Szapáryék, pénzt és segítséget ígérve nekik, ha beszüntetik az obstrukció támogatását. Továbbá a bizottsági anyagokból több érdekes adalék tudható meg a kormányzati sajtópolitika (például a sajtófinanszírozás működéséről, és feltárható az oknyomozó újságírás módszerei is.

E nagyon is indokolt nézőpont helyett mi azonban egy ötödiket választottunk. Azt az ambivalens viszonyt mutatjuk be, amely e botrány kezelése kapcsán a politikusokat a közvéleményhez fűzte.<sup>9</sup>

## A politikai színpad

A politikai vezetőrétegnek a közvéleménnyel kapcsolatos ellentmondásos viszonya egyrészt a 19. századi liberális elvekből fakadt. Mint ismeretes, a kor külföldi és hazai liberálisai a szabadelvű eszmék győzelemre juttatása során számos alkalommal támaszkodtak és hivatkoztak a közvélemény erejére, legitimitásukat is a nép akaratából származtatták (lásd népképviselési választások). Mindemellett a liberalizmus elitista felfogásából következően óvtak is a „többség zsarnokságától”, éppen ezért azok körét, akik politikai akaratuknak törvényes módon adhattak kifejezést, igyekeztek szűkre szabni (például vagyoni és műveltségi cenzussal). Hazai politikusaink is vallották a 19. század közepén, hogy a közvéleményt sokkal inkább vezetni, formálni kell, mintsem engedelmessé tenni, mert a liberális hatalomgyakorlás, a döntéshozatal nem függhet a gyorsan változó közvélekedéstől (Gergely & Veliky, 1974: 5-42). Fontos azonban ehhez hozzátennünk, hogy a századfordulón kibontakozó tömegpolitika és tömegsajtó korában a politizálás ilyesfajta elitista koncepciója a gyakorlatban egyre kevésbé volt tartható. A szűk választójog ellenére az emberek egyre nagyobb csoportjait érintette meg a politika, egyrészt a rivális ideológiáknak (a megújuló konzervativizmusnak és a szocializmusnak), másrészt a növekvő társadalmi feszültségeknek, illetve a műveltségi színvonal (például az olvasni tudás) emelkedésének köszönhetően. Számottevően megnőtt tehát a politikai eseményekről véleményt formálók köre, akik időről időre hangot is adtak nézeteiknek (például tüntetések, sztrájkok útján). A politikai vetélkedést sem lehetett a parlament falai közé szorítani: a küzdelem kilépett az emberek közé az utcára, mind képletesen (a nagy példányszámú, már utcán is árusítható hírsajtó révén), mind nagyon is közvetlen értelemben (politikai nagygyűlések, tiltakozó felvonulások által). A politikus tehát nem hallgathatott kizárólag a saját lelkiismeretére (mint azt Deák Ferenc vallotta), hanem a nyilvánosság előtt róla kialakuló képre is figyelnie kellett. Ugyanakkor e változások egyik következményeként a közéleti szereplők, illetve az elitcsoportok egymás ellen folytatott politikai csatározásainak is kedvelt eszközévé vált az ellenfél befeketítése, erkölcsi feddhetetlenségének kikezdése a nyilvánosság előtt. Éppen ezért egy botrány kipattanásakor a politikai tőkét jelentő reputáció, a jó hírnév megőrzése a politikusok számára elsődleges – ám igencsak küzdelmes – feladattá vált.

Legfőképpen ezzel magyarázzuk, hogy a vizsgálóbizottság előtt miért is hangsúlyozták oly sokan, hogy megjelenésük fő célja a sajtóban kikezdett magánbecsületük helyreállítása. E szándékuk mellett rendszerint akkor is kitartottak, amikor a bizottság arra figyelmeztette őket, hogy ügyük nem tartozik a testület hatáskörébe:

„Ezt azért mondom, mert éppen ezeken a részletkérdéseken fordul meg az egész. Én tisztázni akarom magamat, hogy becsületem tiszta legyen ország és világ előtt!”<sup>10</sup>

„A magam igazolása végett, mert hiszen a közönség elé kerülnek, amiket itt mondok, kérem, hogy nyilatkozhassam.”<sup>11</sup>

„Én már hat nap óta rágalmozó vád alatt állok és ezért vártam ennek az ügynek a tisztázását.”<sup>12</sup>

A közvéleményhez való ambivalens viszony másrészt egy gyakorlati dilemmából eredt. A vesztegetési ügy kirobbanásakor az általános felháborodás pillanatában a parlamenti pártok szélesre tárták a nyilvánosság kapuját. Azaz elfogadták, hogy a bizottság üléseiről hiteles gyorsírói feljegyzések készüljenek, ezeket az újságírók minden tárgyalási nap végén megkapják, a bizottság naplóját pedig bekötve, külön is jelentessék meg (tudni kell, hogy a képviselőházi szakbizottságok üléseiről nem készítettek hivatalos feljegyzéseket, az ott folyó érdemi előkészítő munkáról a sajtó általában csak igen szűkszavúan tudósíthatott). Továbbá a bizottság a nagyobb napilapokban egy



felhívást tett közzé, amelyben felszólította a „tisztelt közönséget”, hogy aki bármit tud a vesztegetési kísérletről, az a testületnél szóban vagy írásban jelentse azt. A bizottságot e merész lépésre egyrészt a teljes körű vizsgálatot sürgető közhangulat, másrészt az a felismerés vezette, hogy nem rendelkezik semmilyen kényszerítő jogosítvánnyal. A jogász így látta ezt a problémát:

„A megidézés nem állván a bizottság hatalmában, a kihallgatandók meghatározása a bizottság kezéből kiesik, mert a bizottságnak, hogy a vizsgálatra bővebb anyagot szerezzen, az önkéntes jelentkezésre való hírlapi felszólításhoz kell folyamodnia, minek folytán az önkéntes pletykázók össze-vissza beszédje lép a komoly tanúvallomások helyébe. Az ily vizsgálóbizottság működése ennek folytán hosszadalmassá válik, a felderítendő kérdés lényegétől a tárgyalás elterelődik, a feleletek megtagadása pedig éleszti a sanda gyanút ahelyett, hogy a gyanút eloszlatná és az igazságot felderítené” (Ferdinándy, 1903: 425-426).

Ezen intézkedések azt a kockázatot hordozták magukban, hogy a bejelentések révén a bizottság ülésein, illetve a sajtó hasábjain nemkívánatos állítások és vélemények jelenhetnek meg az ügyről, azaz a nyilvánosság különféle fórumain folyó közbeszéd irányítása, felügyelete kicsúszik a politikusok kezéből. Más szóval: túl sok titokról lebukhat fel a fátyol, méghozzá hivatalos ösztönzésre. A bizottság tagjai már a munkájuk elején érezkelhették ezt a veszélyt, mert kimondták, hogy csak a névvel és laccímmel ellátott leveleket hajlandóak figyelembe venni (bár esetenként eltértek ettől). Később pedig, látva a politikára figyelő polgárok feltörő közlésvágyát, augusztus 6-át jelölték meg dátumként, ameddig elfogadtak bejelentéseket. A nyilvánosság kitárt kapuja tehát egy hét után bezárult.

A politikusok azonban a meghallgatásoktól remélt hasznot vélhetőleg nagyobbak ítélték, mint az e lépésből származó esetleges veszélyeket. Az ügy illetén kezelése természetesen az ellenzéki pártok számára kecségetett elsősorban nyereséggel, hiszen a leleplezés és a bűn feltárásának nemes cselekedete a nyilvánosságban az ellenzék tevékenységéhez kapcsolódott. Ráadásul a bizottság felállításával kellő súlyt és komolyságot kölcsönözhetek saját működésüknek, miközben hivatalos (formális) eljárási szabályok közé terelve a botrány kezelését általánosabb szintre emelheték a problémát (például korrump kormányzásról beszélhettek). A társadalom elvont erkölcsi normáinak (például „a nemzeti becsület”-nek) az őreiként léphettek fel, a közvéleménynek a bűn feltárásába való bevonásával pedig a vétkesek széles körű morális elítélésére tehettek kísérletet. Mindezt elsősorban az újságok felhasználásával, hiszen az ellenzék számára – a kétharmados kormánypárti többséggel szemben – akarata érvényesítésére egyedüli hathatós fegyverként a sajtó kínálkozott (az obstrukció csak időleges eszköz lehetett). A kormányzati botrány feltárásakor tehát nem annyira a jogi és az országgyűlési fórumoktól, hanem sokkal inkább a közvéleménytől várták a szabadelvű párti hatalomgyakorlás elítélését. A bizottság kisebbségi véleménye szerint:

„Van azonban egy bíró, amelynek ítélete nincs alakisághoz kötve. Egyetlen bizonyítéka az élő lelkiismeret, a neve: közvélemény. Ennek ítélőszéke elől senki sem menekülhet, aki vétett a nemzeti becsület ellen. Büntetése csak egy, de az sújtó és elrettentő, a neve: közmegejtés.”<sup>13</sup>

A botránytól, illetve a bizottság működésétől egyúttal a belső ellentétektől szabdalt opposíció egységének a helyreállítását, a kormány megbuktatásától pedig az ellenzéki tábor tekintélyének növekedését remélték. A botrány utólagosan igazolhatta az ellenzék – addig meglehetősen kétes megítélésű – obstrukciós taktikájának a jogosságát is.<sup>14</sup> Kedvező alkalom nyílt továbbá az egyéni politikusi tőke gyarapítására, hiszen a bizottsági üléseken aktívan szereplő, sokat kérdező és határozott fellépésű képviselők (például Polónyi Géza) neve gyakran tűnt fel az újságok hasábjain, őket keresték meg bejelentéseikkel a polgárok, egyszóval: személyük ismertté (népszerűvé) válhatott a közönség körében.

A szabadelvű párt természetesen ennél jóval szerényebb reményeket fűzhetett a vizsgálathoz. Mindenekelőtt a párt kikezdett hírnevének a helyreállítását, a politikai intézményekbe vetett bizalom visszaszerzését és az erkölcsi normák megerősítését tekinthették célnak,<sup>15</sup> valamint azt, hogy a bizottsági munka irányításával (ők adták az elnököt és a többséget) korlátok közé szoríthatják a botrány terjedését, tompíthatják annak életét. A kormányoldalhoz tartozók éppen ezért gyakran hivatkoztak az elit egészének közös felelőségére, az ország reputációjának a megóvására:

„...meg lesz gyanúsítva az ország színe előtt a kormány, a kormányt támogató párt és a függetlenségi párt, hogy azok vesztegetnek, emebben pedig ülnek megvesztegetettek, aminek következtében az egész ország és egész Európa előtt mint a legkorruptabb állam fogunk állani.”<sup>16</sup>

## Zabolátlan közvélemény

Már a bizottság működésének első napjaiban egyértelműen érezkelhetővé vált, hogy szemben a politikusi előfeltevésekkel és szándékokkal, a „tisztelt közönség” másféleképpen kíván élni a neki váratlanul felkínált megszólalási lehetőséggel. A bizottsághoz fordulóknak ugyanis a politikai elit újabb és újabb körei ellen javasoltak vizsgálatot. Kezdetben megelégedtek volna a szabadelvű párt legbefolyásosabb képviselőinek a kihallgatásával, de hamarosan már a bizottság kormánypárti tagjainak erkölcsi feddhetetlenségét is megkérdőjelezték néhányan. Egressy Pál földbirtokos például egy vonaton hallott bizalmas párbeszédet így továbbította a testülethez:

„Ami a legfeltűnőbb a dologban, az, hogy a kiküldött parlamenti bizottságba oly elemeket választott a szabadelvű párt, mint pl. Miklós Ödön, akinek nagyon csúnya múltja van, Kubinyit, a párt egyik spadassinját [párbajozóját], Mandel Pált, a vicinalistát és egy egész csoport casinóbeli tagot, akik mind arra fognak törekedni, hogy a miniszterelnök ártatlanságát derítsék ki. [...] – Elképzelték, mennyire megrémisztett az, amit a két úriember egymásnak elmondott.”<sup>17</sup>



Heves Gergely állatorvostan-hallgató Andrassy Gyula ellen emelt kifogást:

„Mint az ország minden polgára, az én csekélységem is fájdalommal látja, hogy hazánk számos ellenségeinek közörmére szennyesünket oly sokáig mossuk s a magyar hazafias törekvések iránt idegen s a vezető szerep helyett a teljes elidegenedés felé halad. Vagy miképp értelmezhető a józan polgári éssen alapuló erkölccsel, hogy gr. Andrassy Gyula úr, ki beismerése szerint – habár baráti szempontból is – összeköttetésben maradt a bűneset után is a főtettessel, a Vizsgáló Bizottság tagja maradhatott. Ez erkölcsi lehetetlenség.”<sup>18</sup>

Schödl Gyula adófizető polgár még szélesebb körű vizsgálatot sürgetett: véleménye szerint „a nemzeti kaszinónak, mint főbűntanyának összes tagjai” mellett az obstrukciót ellenző valamennyi honatyát, minisztert, illetve a kormánypárti újságok fő- és segédszerkesztőit is vizsgálat alá kellene vonni.<sup>19</sup> Egy Freiherr von Kudritz aláírású levél írója pedig már minden képviselő kikérdezését szükségesnek vélte, párthovatartozásra való tekintet nélkül.<sup>20</sup>

Jóllehet kényes politikai kérdéstről volt szó, a nők is igen aktívnak bizonyultak a véleménynyilvánítás terén, ami egyértelműen jelzi a női szerepfelfogásban a századfordulóra bekövetkező változásokat. Igaz, többen még szükségesnek tartották röviden megindokolni, hogy miért is avatkoznak a jog által kizárólag a férfiaknak fenntartott politika világába, ám az általuk megfogalmazott kritika korántsem tekinthető visszafogottnak:

„Talán mint nő, nem is vagyok feljogosítva e levél írására, csak is az jogosít fel, hogy az 1848iki első magyar felelős kormány egyik tagjának vagyok leánya [...] Az nem lehet, hogy a hősök, a tiszta jellemes hazafiak országa oda süllyedjen, hogy közéletében a gázság és romlottság uralkodjék, itt teljesen nyílt eljárásra, világosságra van szükség”

– írta a bizottságnak Klauzál Gábor lánya.<sup>21</sup> Szerémi Gizella pedig így fogalmazott az ügy két mellékszereplőjével kapcsolatban:

„Mint jó honleány megjegyzem, én 48-as érzelmű vagyok, nagy tisztelője és szinte imádója Kossuth apánknak, mindamelllett az igazságosságnak is és ezért kell tudomására adnom, hogy én rendkívül érdeklődöm a Politika iránt és figyelemmel olvasom most a lapokat [...] Hát bizony ennél kisebb gazembereket akasztottak már, ez a leghelyesebb aposztrofálás róluk. Ezek közönséges uzorások, de sok pénz fölött rendelkeznek nemcsak ők maguk, de egész sereg ember áll rendelkezésükre”.<sup>22</sup>

De a teljesség kedvéért idézzünk egy a kormányoldallal szimpatizáló hölgy leveléből is:

„Nem szívesen látom, hogy meghurcolják az egyéni becsületet – állítólag a nemzet becsülete érdekében történik? Szapáry László gróf feláldozta magát a közügyért, helyesebben cselekedett, mintha főbe lőtte volna magát, mint Széchenyi vagy bár Teleki gróf.”<sup>23</sup>

Mind közül a legtanulságosabb azonban Buday Zádorné esete, aki ugyancsak egy bizalmas eszmecsere megállapításait továbbította a bizottsághoz. Egy lapban megjelent levele szerint a beszélgetésben, amely férje és egy minisztériumi kollégája (Darányi Béla, a földművelésügyi miniszter testvére) között zajlott a vonaton, egy lehetséges vesztegetési kísérletről esett szó az obstrukció letörése érdekében. Az asszony eltökéltségét így magyarázta:

„...most nem a szereplési viszketeg vezet, hogy kormányokat buktassak, de az igaz honleányi érzélem, hogy a sajtó útján adjam tudtára a nemzetnek, hogy ne bízzék oly kormányban, ahol a korrupció egész a szuverén törvényhozásig ér. Legalább volt bátorságom megmondani az igazat, most míg a kormány betörheti a fejemet, míg meneszthetik férjemet, de én semmi áldozatot sem sokallok, ha arról van szó: a haza minden előtt.”<sup>24</sup>

A bizottság elé citált és a kínos helyzetbe került férj azonban határozottan tagadta felesége állításait. Buday Zádor a férji hatalom alól egy levélírás erejéig kiszabaduló asszonyt igyekezett beszámíthatatlannak beállítani, amikor közölte, hogy neje három éven át egy ideggyógyintézetben pihent. (A feleség életrajzát olvasva azonban kételyeink támadhatnak állítólagos zilált idegrendszerével kapcsolatban.)<sup>25</sup> Mindenesetre a vizsgálódó testület ezt tudomásul vette, és nem kérdezősködött tovább. A már korábban idézett Thallóczy így kommentálta az esetet naplójában:

„Magyarországon rosszabb az állapot, mint Bach idejében. Akkor a spiclik elől lehetett védekezni, ma az ember, ha vasúton ül – mint szegény Darányi Béla – asszonyok a la Buday Zádorné besúgják a lapoknak.”<sup>26</sup>

A tollat és papírt ragadó polgárok egy jól elkülöníthető csoportját alkották azok, akik a megszólalási lehetőséget arra használták fel, hogy megosszák személyes problémáikat a bizottsággal, némi segílyt remélve a Ház asztalára letett vesztegetési összegből. Singer Nepomuk János fővárosi cipész és Pataky János kassai segéd-telekkönyvvezető például saját, illetve családjá rossz anyagi helyzetének az enyhítésére, a csepeli reformátusok templomépítésre, a szegedi süketnémák és vakok intézete jótékonykodásra kért támogatást. Akadt azonban olyan is, aki egy Kossuth-szobor felállítására költötte volna a 10 000 koronát. A reményeket végül az 1904 nyarán megszületett bírósági döntés oszlatta szerte, amely a pénzt, mint „uratlan vagyont”, a magyar királyi Kincstárhoz utalta.<sup>27</sup>

A politika iránt érdeklődő magánszemélyek aktív részvétele mellett a sajtó, illetve annak képviselői okozták a legnagyobb fejtörést a bizottságnak. A nagy napilapok újságírói ugyanis önálló nyomozásba kezdtek, hogy felderítsék az egyre szövevényesebb ügy homályos részleteit, ám tudósításaik nemegyszer hátráltatták a hatékony

vizsgálatot. Igen hamar kitűnt, hogy a bizottság hatáskör és apparátus hiányában önmaga nem képes naprakész információkat szerezni, csupán követheti a gyorsan zajló eseményeket. A testület ülései ezért rendszerint az aznapi sajtóban megjelenő újabb és újabb fejlemények, állítások feldolgozásával (kivizsgálásával, cáfolatával stb.) teltek. A lapok munkatársaitól értesültek például az ügy kulcsszereplője, Dienes Márton külföldre szökésének körülményeiről, a rendőrség által elkövetett nyomozati hibákról, de az is előfordult például, hogy egy-egy levelet a napilapok előbb közöltek, mint hogy azt maga a bizottság megkapta volna.<sup>28</sup>

A testület ugyanis fokozott újságírói érdeklődés mellett végezte a munkáját. A parlament épületében a hírlapírók és a fotóriporterek nemcsak a számukra kijelölt termet töltötték meg, hanem a vizsgálat helyszínét övező folyosókat is ellepték. Több tanú is panaszkodott, hogy a sajtó képviselői kérdésekkel ostromolták, mialatt vallomástételre várakozott.<sup>29</sup> Néhány fontosabb szereplő pedig szállodába költözött az újságok elől vagy vidékre távozott otthonából.

A sajtó jelenléte és élénk kíváncsisága napról napra terheesebb lett a bizottság számára. A nyilvánvaló segítségen túl egyrészt a testület egyre nagyobb idejét vette igénybe azon személyek meghallgatása, akik a róluk a lapokban megjelent negatív állításokat kívánták helyesbíteni. Másrészt az újságokban a szinte azonnal megjelenő vallomásokat elolvasva a később sorra kerülők azokhoz igazíthatták saját mondandójukat. Ugyancsak a lapokban felröppenő híresztelések okolhatók néhány kulcsszereplő gyors távozásáért is (például Dienes a sajtóból már néhány órával korábban híret vette, hogy elfogatóparancsot készülnek kiadni ellene, ezért utazott tovább Berlinből). A bizottság mindössze egyszer tartott zárt ülést, ám az újságok gyanúsítgatásainak hatására a testület több tagja szükségesnek tartotta kijelenteni:

„...semmi olyasvalami azon a zárt ülésen nem tárgyalatott, ami feljogosítana valakit olyan feltevésekre, amilyeneket a hírlapokban olvasunk. Egyszerű belső ügyről volt szó. Olyasvalami, ami a hírlapokra tartozott volna, ott elő nem fordult.”<sup>30</sup>

Harmadrészt pedig, mivel az élesedő hírversenyben egyik lap sem kívánt lemaradni, gyakran ellenőrizetlen információkat tettek közzé, tovább borzolva az olvasók kedélyét. A *Pesti Napló* például arról számolt be „amint értesülünk” kezdettel, hogy egy magas rangú belügyminisztériumi tisztviselő utasítására a rendőrség bizonyítékokat tüntetett el Dienes lakásából. A beidézett felelős szerkesztő elmondta, hogy a hírt nem sokkal lapzárta előtt kapta, és számára hihetőnek tűnt, a bizottság előtt azonban nem tudta azt bizonyítani, csupán egy meg nem nevezhető informátorra utalt. Végül Szerdahelyi Sándor maga is kénytelen volt elismerni, hogy „ebben a Dienes-ügyben már annyi dolgot cáfolnak, amit a lapok állítanak, hogy be kell várni, amíg világossá lesz az ügy”.<sup>31</sup> A vidéken terjedő legszélsőségesebb híresztelés egyébként arról szólt, hogy a botrány hatására a miniszterelnök öngyilkosságot követett el (Ady, 1964: 423).

A politikusokat érintő számos pletyka kivédésére a bizottság – az első tárgyalási napokat követően – egy sajátos elvet kezdett érvényesíteni. Addig csak a névtelen levelek felolvasását mellőzték (kezdetben a bizottság irataihoz csatolták, utóbb viszont összetépték őket), később azonban már az alakilag teljesen kifogástalan bejelentések egy részével sem törődtek, ha úgy ítélték meg, hogy azok sértőek, netalán kompromittálóak lehetnek. Visszatekintve is érthető, hogy nem hozták nyilvánosságra például Nyilas Márton fővárosi lakos (?) bejelentését, csupán körbeadták azt a tagoknak betekintésre:

„Egyébként mint tanú láttam, hogy körülbelül két hete a Margitszigeten a kormány feje együtt vacsorázott Szapáry, Andrassy és egyéb úri emberekkel s ekkor Szapáry gróf felállott egy ízben az asztal mellül s olyan behízelt mozdulattal és mosollyal közeledett a bán felé, hogy első pillanatra láthatta a szemlélő, hogy a bánnak udvarolni akar. Minthogy pedig a bán nem női nemén lévő és a mosolyra visszamosolygott, önként következik, hogy megértették egymást, vagyis hacsak a btk.-be ütköző valamely nemi cselekedet nem jöhet szóba, nyilván a legtitkosabb baráti bizalmaskodás bizonyítéka lehetett a mosoly. [...] De a szabad mérlegelés nem is törődik a közvetlen bizonyítékkal, elég lesz neki a közvetett bizonyítás, mely a nagy baráti viszony mellett hihetetlenül teszi, hogy a naiv lelkű Szapáry el ne fecsegte volna négy szem között a bánnak az ő szépen kiesztelt titkokáját. Egyébként Khuen-Héderváry gróf azért volt bán, hogy ő ma is bán már mindent. De ha Laci pecsenye lett, a felsült, gondolja meg azt Károly, hogy kár oly soká késni azzal a lemondással a haza, jobban mondva a háza javára... Pá bán!”<sup>32</sup>

A vesztegetési ügy feltárása szempontjából fontosabb volt egy másik levél állítólagos elhallgatása. Thallóczy naplójából úgy tűnik, hogy ennek kapcsán a politikusok önvédelmi mechanizmusa olajozottan működött:

„Szapáry szeretője egy levelet írt a bizottsághoz, melyben kijelenti, hogy Sz. Laci sokszor úgy nyilatkozott előtte, hogy a miniszterelnök megbízásából jár el. Ezt megtudták, feltáviratozták Sz-t s a levelet felbontatlanul visszavették Miklós Ödöntől, a parlamenti v. b. elnökétől.”<sup>33</sup>

A politika legbelsőbb köreiből bejáratos Thallóczy ezen értesülése forrásaként magát Rudnay főkapitányt nevezte meg. Annyi mindenesetre a bizottság nyilvános naplójából is kiolvasható, hogy a tagok igyekeztek elodázni Szapáry „barátnőjének” beidézését, egyetértve az ellenzéki Polónyi Géza érvelésével, miszerint: „én ebben a komoly ügyben, amennyire lehet, a szenzációtól tartózkodni szeretnék, és habár látom azt, hogy közvetlen tanú volt ezen dolognál Hajdu Etelka, de mégis vannak magasabb tekintetek”. Ehhez egy hét múlva azt tette hozzá, hogy „a magyar lovagiasság szabályai szerint a magyar ember tartózkodik az ily dolgok szellőztetésétől”.<sup>34</sup>

Hajdu Etelka kihallgatására mindössze az utolsó tárgyalási napon történt egy bátortalan kísérlet,<sup>35</sup> ám addigra a hölgy már ismeretlen helyre távozott Budapestről. A politikusok attól való félelme tehát, hogy magánéletük mindenki számára láthatóvá válik, nagyobbban bizonyult igazságvágyuknál. Kutatásaink szerint partner volt ebben

a sajtó is, amely nem különösebben firtatta az efféle ügyeket: elmondható, hogy – általában – a hazai közéleti szereplők magánszférája a 19. és a 20. században egyaránt tabunak számított.

A 11 ülés alatt nemcsak a bizottság tagjai fáradtak bele a vesztegetési ügy kezelésébe (ha nem is a megoldásába), de a sajtó érdeklődése is érezhetően megcsappant. Ahogy a *Vasárnapi Újság* írta:

„a tárgyalás oly hosszadalmassá és aprólékossá kezd válni, hogy már-már közeleg egy nagyon nem szívesen látott vendég, akinek az ólálkodását az első napok izgalmaiban nem vették észre: az unalom. Most már többnyire jelentéktelen tanúk jelentéktelen beszédeinek meghallgatásával kell a bizottságnak idejét tölteni.”<sup>36</sup>

## Értékelések

Az ügy egymást követő elemeinek (előzetes híresztelések, a skandalum kirobbanása, a vizsgálat megindítása, lemondások, értékelések) sorozatát szemügyre véve megállapíthatjuk, hogy a botrány gyors lefolyású volt, az események hamar elérték tetőpontjukat. A legfontosabb szereplők lemondása vagy külföldre távozása megfosztotta az ügyet politikai súlyától és a közérdeklődéstől. Míg július utolsó napjaiban a sajtó hasábjain a vesztegetési eset háttérbe szorította még az igazán jelentős külpolitikai történéseket is (például a belgrádi királygyilkosságot követő fejleményeket, XIII. Pius halálát és az utód kiválasztását), addig bő egy hét múlva a lapok már a kormányalakítási találgatásokkal voltak elfoglalva. Ahogy a *Magyar Nemzet* szerzője fogalmazott:

„A parlamenti bizottság működésének napjai meg vannak számlálva. Tárgyalásai iránt megfogyatkozott az érdeklődés. A nagyobb szenzáció – a miniszterelnök ischli útja –, mint a macska az egeret, megette a kisebb szenzációt.”<sup>37</sup>

A botrány tehát jóval hamarabb kifulladt, mint ahogy a bizottság működése formálisan lezárult volna. Felismerték ezt maguk a vizsgálatban szerepet vállaló politikusok is, ezért igyekeztek siettetni az ügy befejezését. A testület ugyan csak augusztus 26-án fogadta el a saját jelentését, ám a tervezetet a kormánypárti szövegezők már tíz nappal korábban kiszivárogtatták a sajtónak. A bizottság utolsó ülésére az újságok alig figyeltek, az első oldalakat már az előző nap történt és végül 14 áldozatot követelő fővárosi áruháztűzről készített helyszíni beszámolóok foglalták el.

Véleményünk szerint sem a kormánypártnak, sem az ellenzéknek nem volt érdeke a botrány életben tartása. A szabadelvű párt belső köreiből már megszületett a döntés: Kluen-Héderváry miniszterelnök elveszítette pártja bizalmát, így az érte való további küzdelem (személyének tisztázása) feleslegessé vált. Világossá lett az is, hogy a bizottság munkája és jelentése nem képes elhíttetni a politikai közösség tagjaival, hogy a párt a morális megtisztulás felé halad. A kormányoldal népszerűségvesztése tehát tovább folytatódott (ennek a végállomása az 1905-ös választási vereség).

Meggyőződésünk, hogy az ellenzék sem láthatta különösebb értelmét e vesztegetési eset további boncolgatásának. Az ügy kezeléséből sikeresen és megerősödve került ki, hiszen lemondásokat kényszerített ki, némely politikusának a reputációja is megnőtt. A tárgyalások során azonban több, az oppozícióra kedvezőtlen tény is napvilágot látott: először is megállapítást nyert, hogy egy volt függetlenségi honatya és újságíró követte el a vesztegetést; fény derült néhány ellenzéki képviselő zavaros pénzügyleteire, másoknak pedig az erkölcsi feddhetetlenségét kérdőjelezték meg.

Az ellenzéki és a kormánypárti oldal pillanatnyi érdekazonossága természetesen cseppet sem jelentette az esetről született értékelések egybecsengését. A politikai irányzatok mindegyike saját értelmezési keretében igyekezett elbeszélni a történeteket. A szabadelvű párti *Magyar Nemzet* elsősorban a szenzációhajhász sajtót hibáztatta, miközben a kormányzati szereplők teljes tisztázódásáról írt:

„A közélet sülyedésének vigasztalhatatlan képét láthattuk az elmúlt héten, a sajtó nagy részének magatartásában. A tárgyilagos ítékezésnek még a látszatát is félretéve, gyönyörűséggel vájkáltak a vesztegetési per piszkában. [...] Mi az eredmény? A kormányzatnak e lélekvasárlási ügyben hófehér ártatlansága.”<sup>38</sup>

Homlokegyenest ellenkező következtetésekre jutott viszont Bartha Miklós a *Magyarország* hasábjain:

„Ez egy tökéletesen befejezett ügy. Tudjuk, hogy vesztegetés történt. Ismerjük a vesztegetőt. Nincs kétség, hogy a kormányelnök előre értesült a vesztegetési szándékról. Tudjuk, hogy ezt a szándékot nem akadályozta meg. Ennyit tudni elég. Vajon ki lesz az új miniszterelnök?”<sup>39</sup>

Az ugyancsak ellenzéki *Budapest* nem elégedett meg csupán a miniszterelnök felelősségének kimondásával. A több évtizedes szabadelvű párti hatalomgyakorlás, sőt a kiegyezéssel rendszer egésze felett mondott ítéletet:

„...nyíltan hirdették, amint meg is cselekedték, hogy az országot a 67-es rendszerben csak korrupcióval lehet kormányozni. A tények igazolják, hogy így is történt [...] A korrupció Augias istállója a maga teljességében most tárult fel előttünk. A választók megvesztegetésével nem merült ki a rendszer. Befejeződött a képviselők megvesztegetési kísérletével. Micsoda szenny, micsoda bűz áramlik ki a parlamenti bizottság aktái közül. Augias istállóját ki kell söpörni, az egész fennálló szabadelvű rendszerrel együtt. Ide nem elég a kormányválság. Rendszer-válság kell.”<sup>40</sup>

A pártoktól nagyobb távolságot tartó lapokban azonban egyre inkább egy alternatív értelmezés vált uralkodóvá, amely már nem tett különbséget ellenzék és kormánypárt között, hanem az egész magyar politikai vezetőréteg

korruptságáról és az általa működtetett intézmények (például a parlament, a kormány) lejáratódásáról beszélt. Az alábbi idézetek pontosan rámutatnak: hiábavaló volt a politikusok azon törekvése, hogy az ügy végére minél hamarabb pontot téve maguk határozhassák meg a botrány értelmezési kereteit:

„De van egy másik eredménye a vizsgálatnak, mely kevéssé kívánatos. A pletykát mind fölkaavarták és napfényre hozták. A pletyka mulatság, feketekávé mellett, szűk körben, de milyen idétlen, ha a nagy nyilvánosság elé kerül, óriási dimenziókban, hogy mindenki megláthassa. Akárcsak ha egy legyet ötszázszorosan megnagyobbítanánk. Micsoda rémállat ez!”

– figyelmeztetett a *Budapesti Hírlap*.<sup>41</sup> Bródy Sándor lapjában, a *Jövendőben* ehhez hasonlóan értékelte a történeteket:

„A szennyet az élet egy körülményének, a korrupciót a fejlődés egy sajnálatos pontjának tartjuk és nem rémülünk meg könnyen, ha az embert buja állatnak, vagy kétlábú tolvajnak látjuk. [...] De az, ami a parlamentben most felül- és előkerült: undorító és komikus. Ez kloset-komédia. [...] Amióta magyar parlament van, oda jórészt megvesztegetés útján kerülnek be a képviselők. És amióta felelős magyar kormány van, azóta mindég vettek képviselőket, sőt töredékben, pártokat. De ez a megvesztegetési ügy mindegyiktől különböző: oly ostoba, szemérmetlen, ártalmas és nevetséges.”<sup>42</sup>

A százezres példányszámban megjelenő bulvárlap, a *Friss Újság* szerzője messzemenő következtetéseket vont le az esetből:

„Soha még képviselőház a föloszlatásra úgy nem érett meg, mint ez, és soha jogosabb alkalom a nemzet megszavaztatására még nem volt, mint most. Maga az ország mondja meg, hogy mit akar.”<sup>43</sup>

Thallóczy Lajos naplójában ugyancsak lesújtó ítéletet mondott a századfordulós magyar közletről, amelynek egyébként maga is részese volt:

„A budapesti parlamenti bizottság működése szomorú képet tár föl. Státusunkat egy oly fertőzött réteg árasztja el, mely lételünk jogosultságát helyezi kétségbe. A szerbek elérte királygyilkossági rekordot feledtetjük a mi »Panamánk«-kal. Igaz, hogy a mai társadalom és a kormányzata mindenütt bővelkedik a jelenségekkel, de e mondhatnám gyerekes naivitású romlottság sehol sem oly szembeszökő, mint nálunk. [...] E fertő előidézésében mindenkinek része van, a capite usque ad causam.”<sup>44</sup>

Szintén nem meglepő, hogy a liberalizmussal versengő világnézetek (konzervativizmus, szocializmus) nevében véleményt alkotók a nagy eszmerendszerek várva várt végső összezapásának kedvező előjeleit olvasták ki a történetekből. „Egészen bizonyos csak egy és ezt a vesztegetési botrány folyamánaképpen a leghatározottabban állíthatjuk: a szabadelvűség csődje im valósággá vált” – írta a néppárti *Alkotmány*, amely szerint ez az ügy is megerősíti azt a feltételezést, hogy a hazai liberalizmus utolsó győzelmét (tudniillik az egyházpolitikai törvények néhány évvel korábbi elfogadtatását) is csak a korrupció eszközével tudta elérni. Éppen ezért most már a „keresztény magyar politikai iránynak” kell hatalomra jutnia.<sup>45</sup>

A *Népszava* ugyancsak hatalomváltásról beszélt, ám az egész „modern civilizációnak”, a fennálló gazdasági és társadalmi rendszernek üzent hadat a vesztegetési botrány ürügyén:

„Cselekvésünk: agitáció a nép között, hogy nyíljon fel a szeme, lásson tisztán, ítéljen szabadon és elfogulatlanul, követelje a maga részét a társadalmi életből s készítse elő a végső nagy összeomlás idejét. A Szapáry-Khuen-botrány segíti ezen munkánkat, kézzelfogható bizonyítékokat szolgáltat, felrzza a közönyöket, kinyitja az álmosak szemét: segíti közelebb hozni a nagy összeomlás idejét.”<sup>46</sup>

A nagy összeomlás még másfél évtizedet váratott magára. Addig pedig tovább működött az itt bemutatott felemás szisztéma. A korszak szabadelvű szólásszabadsága és politikai mentalitása együtt és egymás ellenében hatott. Azaz az emberek meglehetősen szabadon alkothattak véleményt a politikai élet negatív jelenségeiről, sőt nemtetszésüknek hangot is adhattak, például a sajtó képviselőin keresztül, de időnként közvetlen formában is. Mindez azonban csak igen ritkán járt látható következményekkel a politikai elit hatalomgyakorlási magatartására nézve: legtöbbször csupán egy-egy rövid ideig tartó visszavonulással vagy például több-kevesebb komolysággal megvívott párbajjal zárultak a közfelháborodást kiváltó esetek. Ady Endre így összegezte a korszak nyilvánosságának működését:

„A magyar társadalomban, mint minden fenéig romlott társadalomban privátim, kis körökben, bizalmas tereferék közt vidáman és szemérmetlenül szoktuk tárgyalni mindezt. [...] Ilyen bizalmas diskurzusok alkalmával, kaszinókban, kávéházakban, vendéglőkben, zsúrokban, redakciókban, folyosón tessék hallgatni előadásokat a magyar közéleti erkölcsről. A nyilvánosság előtt ellenben gentleman társadalom vagyunk. [...] Nálunk ritkán pattannak ki panamák. Mert mi regarddal [figyelemmel] vagyunk egymás iránt. Én panamázom, te panamázol, ő panamázik. [...] Hiszen bárcsak nálunk is mind sűrűbben pattannának ki a panamák. Ez etikai erősödést jelentene. Ám nálunk a nagyon ritka leleplezések is voltaképpen még nagyobb panamákat lepleznek.”<sup>47</sup>

Néhány makacs ellenzéki honatya még szóba hozta a vesztegetési esetet 1904 tavaszán, amikor hírül vették Khuen-Héderváry közelebbi kinevezését a király személye körüli miniszterré, sőt élesebb szóváltás is kialakult az oppozíció és Tisza István kormányfő között az új miniszter tisztességéről,<sup>48</sup> ennek ellenére a képviselőház sohasem tárgyalta meg a vizsgálóbizottság jelentését. Az ügy örökre lekerült a politika napirendjéről.



## Irodalom

- Ady Endre (1964) *Ady Endre összes prózai művei*. S.a.r. Vezér Erzsébet. Budapest: Akadémiai.
- Cieger András (1998) A kormányférfi. A dualizmuskori kormányzati politika egyes kérdéseiről. *Századvég*, 11. sz. 3–23.
- Cieger András (2001) Governmental Corruption in East-Central Europe in History. In: *Jahrtausendwende 2000*. (Begenungen. Schriftenreihe des Europa Institutes Budapest) Budapest: 335–349.
- Dolmányos István (1963) *A magyar parlamenti ellenzék történetéből (1901–1904)*. Budapest: Akadémiai.
- Ebbighausen, Rolf & Sighard Neckel szerk. (1989) *Anatomie des politischen Skandals*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Eötvös Károly (1909) A képviselők megvesztegetése. In: U. Ó: *Harc az alkotmányért*. Budapest: 11–29.
- Ferdinándy Geyza (1903) Parlamenti vizsgáló-bizottság és az országgyűlési tagok megvesztegetésének büntethetősége. *Jogállam*, 7. füzet. 422–433.
- Gergely András & Veliky János (1974) A politikai közvélemény fogalma Magyarországon a XIX. század közepén. In: *Magyar Történeti Tanulmányok VII.* 5–42.
- Gergely András & Veliky János (1977) A sajtó útja a politikában 1867 után. I-II. *Rádió és TV Szemle*, 1–2. sz. 80–89, 117–125.
- Gerő András (1993) *Skandalum. Magyar közéleti botrányok 1843–1991*. Budapest: T-Twins
- Gronbeck, Bruce E. (2004) A politikai korrupció retorikája. In: *A politikai korrupció*. Szerk. Gulyás Gyula. Budapest: Aula, 307–322.
- Gulyás Pál (1942) *Magyar írók élete és munkái*. 4. köt. Budapest.
- Kristóffy József (1925) *Magyarország kálváriája. Az összeomlás útja. Politikai emlékek, 1890–1926*. 1. köt. Budapest.
- Pesti Sándor (2002) *Az újkori magyar parlament*. Budapest: Osiris.
- Pölöskei Ferenc (2001) *A magyar parlamentarizmus a századfordulón*. Budapest: MTA Történettudományi Intézete.
- Szabó Krisztina (2002) A személyzet bosszúja: Mailáth országbíró meggyilkolása. *Médiakutató*, nyár.
- Thompson, John B. (2000) *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.

## Lábjegyzetek

- 1 Szapáry László vallomása 1903. július 31-én. *Az 1901. évi október hó 24-ére hirdetett országgyűlés képviselőháza által kiküldött vizsgálóbizottság naplója*. Budapest, 1903. 21. o. (a továbbiakban: *Napló*).
- 2 Szapáry László levele a miniszterelnöknek (dátum nélkül). *Napló*, 173. o.
- 3 Kossuth Ferenc felszólalása, 1903. július 31-én (320. ülés). *Napló*, 18. köt. Budapest, 1903. 128–129. o.
- 4 *Khuen-Héderváry Károly miniszterelnök felterjesztése az uralkodóhoz*, 1903. augusztus 8. Magyar Országos Levéltár (a továbbiakban: MOL) K. 26. 1904-III-3417. 594. cs.
- 5 Khuen-Héderváry Károly vallomása 1903. augusztus 3-án. *Napló*, 141. o.
- 6 *Thallóczy Lajos naplója*, sztenogramátirat, dátum nélkül (1903. augusztus 25–október 12.). Országos Széchényi Könyvtár Kézirattára (továbbiakban OSZK Kt.) Fol. Hung. 1677. 1. köt., V. füzet, 60. (új számozás: 43.). Hasonló a véleménye Kristóffy Józsefnek is, viszont Tisza István nem hitt e feltételezésnek. Erről lásd Kristóffy (1925: 90–93).
- 7 Lásd például *Népszava*, 1903. augusztus 8.; Ady (1964: 420).
- 8 Áttekintő munkájában nem ejt szót a vizsgálóbizottságok intézményéről például Pesti Sándor sem (Pesti, 2002). Egykorúan lásd Ferdinándy (1903: 422–433).
- 9 Esettanulmányom elméleti kereteinek a kijelölésében nagy segítségemre volt Ebbighausen és Neckel (1989), Thompson (2000), valamint Gronbeck (2004).
- 10 Pap Zoltán vallomása 1903. augusztus 4-én. *Napló*, 187. o.
- 11 Rudnay Béla vallomása 1903. augusztus 5-én. *Napló*, 251. o.

- 12 Nessi Pál vallomása, 1903. augusztus 8-án. *Napló*, 384. o. Miklós Ödön bizottsági tag válasza: „Ha a t. képviselő úr arról van meggyőződve, hogy méltatlanul hurcolták meg, annyi fórum van az országban, akár a bíróság, akár a nyilvánosság előtt, hogy én csak arra kérem, hogy ott méltóztassék igazát keresni.”
- 13 A vizsgálóbizottság kisebbségének jelentéstervezete, előadta Polónyi Géza, 1903. augusztus 26. *Napló*, 408. o.
- 14 Erre az érvelésre lásd: „A magyar miniszterelnöki székben csak intakt, tiszta és nemes gondolkodású embernek van helye. Ezért kell annak úgy lenni, hogy Khuen-Héderváry Károly gróf a magyar parlamentben szóhoz nem juthat és mikor írásban akarja becsempészni indítványát, hát ezt az írást bátor ellenzéki férfiak széttépik.” A vesztegető. *Magyarország*, 1903. július 30.
- 15 Erre az érvelésre lásd: „...jobb, ha minden lezajlik, eltisztul, mintsem hogy homályban maradjon akármi is, ami Magyarország állami tekintélyét és a magyar nemzet politikai becsületét bárha csak érinti is. [...] be fog bizonyosodni, hogy a magyar állam vezetése és a magyar politikai pártélet tökéletesen egészséges és önmaga képes kimosni magából a fertőző anyagot, ami egyébiránt olykor minden nemzet politikai életét meg szokta lepni.” Az igazságkeresés visszhangja. *Magyar Nemzet*, 1903. augusztus 4.
- 16 Ivánka Oszkár felszólalása 1903. augusztus 1-jén. *Napló*, 42. o.
- 17 *Egressy Pál földbirtokos levele a vizsgálóbizottsághoz*, 1903. augusztus 4. MOL K-2. A. XXII. 3. 646. cs. (Pap Zoltán képviselő által a Ház asztalára letett 10 000 korona tárgyában kiküldött parlamenti vizsgálóbizottsággal kapcsolatos iratok). A következőkben idézett levelek a vizsgálóbizottság iratai között találhatóak, csak az ettől eltérő lelőhelyű forrásokat jelezzük külön.
- 18 *Heves Gergely negyedéves állatorvos hallgató (Bp. IX. Lónyay u. 26. I. em.) levele*, 1903. augusztus 6. – Az Andrássyt Gyulát (Ducit) érő vádakra a család reakciója a következő volt: „Tegnap értem ide. Elindulásomkor úgy állott a dolog, hogy K. okvetlenül elmegy és hogy a vizsgálat nem derít ki többet, mint amennyit tudunk. A Duci ellen tervezett zsarolás nem sikerült, nagyon valószínű, hogy Polónyiék szervezték, most persze tagadnak mindent. Rendkívül sok piszok derült ki, de csak abban a körben, amelynek viselt dolgait már ismertük. Ha K. elmegy és Ischlben okosan cselekednek, nincs kizárva, hogy rövid idő múlva és egy időre rend lesz. Borzasztón belé van fáradva mindenki. Duci mondja, hogy K. képtelen a vezetésre, se terve, se eszméje nincs.” *Batthyány Lajos Andrássy Tivadarnénak*, 1903. augusztus 8. MOL P-4. 2. doboz, 356. sz. levél.
- 19 *Schödl Gyula adófizető (Bp. V. Lipót körút 8.) levele a vizsgálóbizottsághoz*, 1903. augusztus 3.
- 20 *Freiherr von Kudritz levele a vizsgálóbizottsághoz*, 1903. augusztus 3.
- 21 *Klauzál Soma levele a vizsgálóbizottsághoz*, 1903. augusztus 5.
- 22 *Szerémi Gizella levele a vizsgálóbizottsághoz*, 1903. augusztus 7.
- 23 *Horváth Róza (Bp. VII. ker. Aréna út 66. I. em. 10.) levele a vizsgálóbizottsághoz*, 1903. augusztus 2. (A fővárosi lakcímgjegyzék szerint nyelvtanár volt.)
- 24 Buday Zádorné levele. *Magyarország*, 1903. augusztus 2. 5.
- 25 Buday Zádor vallomása 1903. augusztus 3-án. *Napló*, 130. o. Buday Zádorné, Buday Emma (1866–1930k.) életrajza szerint a botrány körüli években négy, verseit és elbeszéléseit tartalmazó kötetet jelentetett meg (Gulyás, 1942: 193).
- 26 Thallóczy Lajos *Naplói*, 1903. augusztus 2. OSZK Kt. Quart. Hung. 2459. 3. köt. 14. o.
- 27 A kérvényeket lásd a vizsgálóbizottság levéltári anyagában, valamint *Napló*, 261., 385. o.
- 28 A sajtó századfordulóra lezajló funkcióváltásáról (azaz az információs rendszernek a politika partnerévé válásáról) részletesen lásd Gergely és Veliky (1977: 80–89, 117–125). A sajtó ugyanígy viselkedett már 20 évvel korábban is egy szenzációs bűnügy felderítésekor (Szabó, 2002).
- 29 Lásd például *Napló*, 207, 224. o.
- 30 Miklós Ödön felszólalása 1903. augusztus 8-án. *Napló*, 363. o.
- 31 Szerdahelyi Sándor vallomása 1903. augusztus 4-én. *Napló*, 178. A szóban forgó cikk 1903. augusztus 2-án jelent meg.
- 32 *Nyilas Márton (Bp. XI. Lövész utca 77.) levele a vizsgálóbizottsághoz*, é. n. (A levélben megadott cím fiktív.)
- 33 *Thallóczy Lajos naplói*, 1903. augusztus 2. OSZK Kt. Quart. Hung. 2459. 3. köt. 15–16. o. Néhány napig Miklós Ödön helyettesítette Rohonyi Gyula bizottsági elnököt.
- 34 Polónyi Géza felszólalása 1903. augusztus 1-jén és 8-án. *Napló*, 88, 370. o.



35

Andrássy Gyula még ekkor is óvott a várható következményektől: „Én sajnálom ezt a határozatot, tisztán azért, mert kellemetlen színt ad a dolognak.” Uo. 371.

36

*Vasárnapi Újság*, 1903. augusztus 9.

37

Mi az eredmény? *Magyar Nemzet*, 1903. augusztus 9.

38

Uo.

39

Bartha Miklós: Befejezett ügy. *Magyarország*, 1903. augusztus 7.

40

Szederkényi Nándor: A korrupció bűne. *Budapest*, 1903. augusztus 8.

41

A vizsgálat eredményei. *Budapesti Hírlap*, 1903. augusztus 6.

42

Fejezetek a „Megvesztegetés” könyvéből. *Jövendő*, 1903. augusztus 2. Lásd ehhez Andrássy Gyula kifakadását a bizottság augusztus 5-ei ülésén: „örökösen lesznek új tanuk s megyünk be a posványba, lépésről lépésre, de biztosan. Ebből előnye senkinek sem lesz. Magyarország pedig szenvedni fog alatta.” *Napló*, 231.

43

A botrányok után. *Friss Újság*, 1903. július 31.

44

Thallóczy Lajos naplói, 1903. augusztus 5. OSZK Kt. Quart. Hung. 2459. 3. köt. 16. o.

45

Ítéletidő. *Alkotmány*, 1903. augusztus 8.

46

A mi feladatunk. *Népszava*, 1903. augusztus 4.

47

Ady Endre: Panama és anarchia. *Nagyvárad Napló*, 1903. július 30. Lásd: Ady, 1964: 134-135.

48

*Napló*, 1904. március 1. 390. ülés, 22. köt. 318-319. o.; 1904. március 2. 391. ülés, 337. o.; 1904. április 13. 413. ülés, 24. köt. 20-22. o.



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 ffordítókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

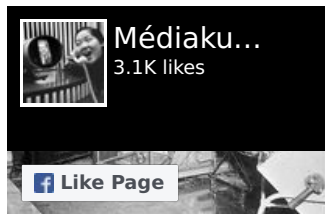
Partnereink

[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 2005 nyár

### Kritika

[Jenei Ágnes:](#)

## A televízió

**Enrico Menduni, *La televisione (Il mondo in ogni casa; Forme e poteri del piccolo schermo nell'era digitale)***

Az olvasó zsebkönyv formátumú, ugyanakkor megfelelő méretű betűkkel szedett, tehát remekül olvasható, puha borítású, könnyű könyvet tart a kezében, amely a felsorolt tulajdonságoknak köszönhetően bárhol elővehető, akár utazás, várakozás közben is jól forgatható. Menduni *La televisione* címe könyve a bolognai Mulino Kiadó gondozásában jelent meg egy olyan sorozatban (*Farsi un'idea*), amely a társadalomtudományok területére kalauzolja el a beavatatlan olvasót. Egy tudományos-ismeretterjesztő sorozat része, a szó szoros és nemes értelmében, ami kiváló bevezető (és „kedvcsináló”) olvasmány egyetemisták számára is.

Míg általában a televízió mesél a történetekre éhes embereknek, itt Enrico Menduni, a sienai tudományegyetem docense (rádió- és televízióelméletet, valamint -gyakorlatot oktat), „mesél” a televízióról az olvasóknak, lendületes, magával ragadó, közérthető, ugyanakkor szakmailag kifogástalan stílusban. Száznegyven oldal rendkívül olvasmányos televíziótörténet, amelyet a jelen televíziójának ismertetése egészít ki. Bár a technológiai diskurzus kiemelt szerepet kap a kötetben, nem technológiatörténetről van szó, és a nézőpont sem a technológiai determinizmust tükrözi. Menduni a politika, a gazdaság, a technika, a kultúra és a társadalmi változások kölcsönös összefüggéséről beszél egy olyan történetben, amelynek főhőse a televízió.

A szerző figyelme Európára és az Amerikai Egyesült Államokra irányul. Európát említi, de valójában Nyugat-Európáról beszél, ott is elsősorban Nagy-Britanniáról, Németországról, Franciaországról, Olaszországról, néhány mondatban a Szovjetunióról. A panoráma izgalmas, de egyoldalú képet nyújt, így óhatatlanul is felmerül a kérdés: vajon hol vannak a többiek?

Menduni azt ígéri az alcímben, hogy a televízió (megjelenési) formáit és a hatalmával kapcsolatos kérdéseket fogja megvizsgálni. A 20. század leggyorsabban elterjedt és fényes karriert befutott tömegkommunikációs eszköze, a televízió a technológiai fejlődés következtében valóban átalakul 70 év alatt. Két jelentős változás éri: az eredeti fekete-fehér képernyőből színes lesz, majd az 1990-es években kezd egyre laposabbá válni. A formai változással együtt jár a televízió lényegét érintő szemléleti változás is.

Az első nagy változás a televíziózás történetében a színes televízió megjelenése, amelynek tömeges elterjedése Nyugat-Európában egybeesik az állami médiamonopóliumok felbomlásával. Az 1970-es évek közepétől kezdve megjelenik a kereskedelmi televízió (kivételesen Nagy-Britannia, ahol a duális rendszer már 1955-től létrejött). A versenyhelyzet hatására, a tabloidizáció következtében megszületik a neotelevízió, Umberto Eco kifejezésével élve. Az addig „üres”-nek tekinthető médium, amely évtizedekig más kulturális formákat (mozi, színház) reprodukált, „megtelik”, önálló kulturális formává válik. A neotelevízió specifikus televíziós műfajaival (*infotainment*, *educainment*, *talk-show* stb.) önálló jelentéssel rendelkező, autoreferenciális rendszert (egymásba láncszemszerűen kapaszkodó, egymásra utaló műsorok struktúrája) alkot.

A televíziózást érintő második nagy változás a lapos, digitális, interaktív televíziók megjelenésével függ össze. A digitális televízió ugyan műsorokat sugároz, de egyre inkább előtérbe kerül az interaktív felhasználói felületként való értelmezése. Ez a digitális interaktív televízió a Menduni által nevén nem nevezett, de úgy gondolom, bátran kimondható „t-demokrácia” koncepció technikai alapja. Ez már nem a hagyományos értelemben vett televízió, de hogy mi is pontosan, azt csak a társadalmi használat fogja eldönteni.

Vajon ezekre a formai és szemléletbeli változásokra utal Menduni az alcímben? Talán ennek részletesebb kifejtése segítené az olvasót a megfelelő értelmezésben.

A szerző kronológiai sorrendben ismerteti az eseményeket. A kezdetek televíziójával kapcsolatban Menduni hosszasan, ugyanakkor érdekesítően tárgyalja, hogy a hang és a mozgókép párosítása miért kelt korábban soha nem látott valóságélményt. A televízió korabeli metaforájaként a szemüveget említi, mert az akkori, általános vélekedés szerint a televízió olyan, mint az emberi szem mesterséges, technikai, társadalmi meghosszabbítása.

Társadalmi, mert onnan is közvetíthet, ahová csak kevés kiváltságos juthat be személyesen, és demokratikus, mert kiterjeszti az egyszerű ember jogait. Technikai, mert képes egyszerre több nézőpontot is tükrözni.

Úgy vélem, ha a kötet elején megfogalmazódik egy hamis kép (szemüveg), ami a 21. század elején, 70 év televíziózás után még mindig sokak körében elfogadott (Olaszországban is, ráadásul a kötet a laikusok számára íródott), akkor a könyv végén célszerű lenne jelentőségteljesen összetörni, elmondani, hogy miért nem helytálló, és a „mágikus-naiv” képpel szemben bemutatni, hogy mit jelent a valóság tömegkommunikációs konstruálása. Menduni tesz néhány érintőleges, finom utalást a könyvben a valóság és a televízió szövevényes kapcsolatára, megemlíti Baudrillard valóságot helyettesítő szimulákrumát is, de hangsúlyosan nem foglalkozik a televíziót érintő egyik legfontosabb kérdéssel.

A televízió fénykora az 1960-as évekre tehető. Menduni részletesen bemutatja és elemzi az amerikai és az európai televízió kialakulásának és fejlődésének eltérő modelljeit. Ezek elemzése a magyar olvasók számára különösen érdekes lehet, mert segít annak a helyzetnek az értelmezésében, amely nálunk a televíziós piac liberalizálása után alakult ki.

A második világháború után a televízió Olaszországban és Nyugat-Európában a demokratizálódás és a modernizáció eszköze, mert ugyanazt az információt, tudást, szórakozási lehetőséget juttatja el mindenkire; segíti a választókat, hogy tudatos és tájékozott polgárok legyenek; az analfabétizmussal küszködő országokban az iskola szerepét tölti be; az egységes nemzeti nyelv terjesztésével segít áthidalni a dialektusok különbözőségéből származó nyelvi akadályokat, tehát fontos szerepet játszik a nemzeti egység megerősítésében, mondja Menduni, részletesen kifejtve álláspontját. Mindez a televízió pozitív társadalmi fogadtatásának, gyors elterjedésének köszönhető.

Oldalakkal később azt is megtudjuk, hogy az 1980-as évekre megváltozik a televízió társadalmi szerepe, ellentmondásossá válik a társadalmi megítélése. Már nem tud, nem kell népet nevelnie, a nemzeti egység helyett inkább az egyre differenciálódó keresletet kellene kielégítenie, mert ha ezt nem teszi, a jómódú elit végképp elpártol tőle. A kábelen és/vagy műholdon fogható tematikus csatornák erre a fragmentálódott keresletre nyújtanának megoldást. A digitális és interaktív televízió pedig még inkább képes lesz az egyéni igények kielégítésére, hiszen a nézőnek lehetősége lesz arra, hogy csak az általa kiválasztott műsort „kérje le” a szolgáltatótól, és csak azért fizessen, amit megrendelt. A hiperszegmentálódott társadalom igényeire tehát a hiperfragmentált, személyre szabott műsorszolgáltatás lesz a válasz.

Arra a kézenfekvő kérdésre, hogy vajon az 1980-as évekhez képest mennyit változott a televízió megítélése, mi a jellemző attitűd a televíziózással kapcsolatban a nyugati információs társadalmakban, nem kapunk választ, holott a Menduni által kitűnően elemzett kultúrtörténeti folyamatnak ez lenne a másik, aktuális és izgalmas végpontja.

A televízió pozitív megítélésével szemben korán megfogalmazódott az ellenkező tézis is, miszerint a televízió a hatalom, a manipuláció eszköze, és vulgarizálja a kultúrát. Menduni bemutatja a televíziót, a médiát és az egész kultúraipart elsőként átfogó elméleti keretben bíráló Frankfurter Iskola néhány központi fogalmát, felsorolja a nagy európai médiapesszimiztákat Hans Magnus Enzensbergertől kezdve Karl Popperen és Pierre Bourdieu-n át Jean Baudrillard-ig, és elismeri, hogy a televízió - működési körülményeiből adódóan - nem semleges, de úgy véli, nem is mindenható. E kijelentésének alátámasztására a hatásvizsgálatok eredményeit elemzi, amelyekről megállapítja, hogy társadalom-, gazdaság- és kultúrafüggőek.

Úgy gondolom, itt az idézett gondolatok kifejtése mellett elkelne néhány szemiotikai alapfogalom ismertetése a szövegek poliszémiájával kapcsolatban, és lehetne utalni a tömegkommunikációs folyamatban részt vevő közönség aktív, interpretáló szerepére és képességére, amivel meg lehetne erősíteni az olvasót abban, hogy szembe lehet helyezkedni a televíziós szövegek által sugallt jelentéssel, és alternatív olvasatokat lehet kidolgozni velük szemben.

Menduni címszavakban megemlíti néhány kutatási irányzatot: a hírgyártás kutatását, a napirend-kijelölő hatás (*agenda-setting*) kutatását, Noell-Neumann elhallgatási spirálját, Gerbner kultivációs elméletét, és Habermas nyilvánosságkonceptiójáról is ír egy rövid bekezdést.

Úgy vélem, ha a szándék valóban az olvasó beavatása, ez a tárgyalási keret túl szűk a téma megfelelő taglalásához. Bár a hatásvizsgálatok zsákutcába jutottak, a legtöbb embert még mindig a televízió feltételezett befolyásoló ereje foglalkoztatja a leginkább. Menduni ráadásul a kötet alcímében is utal arra, hogy ezt a kérdést részletesen fogja tárgyalni, ezért úgy gondolom, ez a rész alaposabb kifejtést igényelt volna még akkor is, ha a szerző célja, hogy csak madártávlatból tekintszen a különböző elméletekre.

A hatásvizsgálatokat követő, ahhoz fűződő téma, a televízió és a gyerekek kapcsolatának elemzése szintén felszínes marad, bár a szerző nagyszerűen bemutatja, miként kódolják az ideális gyermek nézőt az amerikai és az európai modellben. Szó esik a televízióban látott agresszió káros hatásaival kapcsolatban ciklikusan visszatérő aggodalmakról is, és arról, hogy a feltételezett hatásokat még nem sikerült megnyugtatóan bizonyítani. Óhatatlanul felmerül a kérdés: vajon miért nem sikerül? Akkor mire jó több évtizede kísérletezni? Ezen a ponton azt gondolom, érdemes lenne néhány metodológiai problémával megismertetni az olvasót.

Európában az 1980-as évek elején, nálunk az 1990-es évek végén jelentek meg a kereskedelmi televíziók, amelyek tevékenységét Menduni szerint olykor erős kritika kíséri. Én azt gondolom, bizonyos esetekben morális pánik fellángolásáról is beszélhetünk, és ez a jelenség még mindig tart. Menduni az aggodalmakra reagálva bemutat néhány példát a szabályozásra, majd megfogalmazza, hogy talán az lenne a legkívánatosabb, ha médiismeretekre lehetne oktatni az iskolás gyerekeket. Ezek szerint Menduni örömmel üdvözlőné a magyar kezdeményezést (Magyarországon 2005-től kötelező a mozgóképkultúra- és médiaoktatás a 13-18 éves korosztály számára).

Az 1980-as évek Európájában elterjedt kereskedelmi televízióknak Menduni sokkal dinamikusabb, versenyorientált műsorszerkesztési elveket tulajdonít, mint a közszolgálati riválisoknak. Részletesen be is mutatja az új műsorszerkesztési stratégia elméleti hátterét, és főbb alkotóelemeit.

Azonban a tematikus csatornák is jelen vannak a nyugat-európai televíziós piacokon (Menduni korábban részletesen is foglalkozik velük, fontos társadalmi szerepük miatt). Ennek ellenére a tematikus csatornák műsorstruktúrájának kialakításával kapcsolatban semmit sem tudhatunk meg, holott az alapvetően eltér az általános műsorszolgáltatók stratégiáitól.

A 20. század végére új kommunikációs formák jelennek meg: a televízió, a számítógép, az internet, a telefon és a mobiltelefon egyre erősebb konvergenciájáról beszélhetünk. Egy új kultúra kialakulásának vagyunk tanúi, amelynek megértéséhez kiváló irodalom Menduni könyve. Nagyszerűen összefoglalja a technológiai (digitalizálódás, konvergencia, digitális földfelszíni televíziózás, műholdas, kábeles-digitális televíziózás, digitális hálózatok, platformok stb.) és a gazdasági változásokat (vertikális integráció, médiabirodalmak). Ugyanakkor egyetlen megjegyzést tesz csak arra vonatkozóan, hogy bár a technológiai eszközök rendelkezésre állnak, még nem tudni, mi lesz a televízió társadalmi szerepével, megérett-e a helyzet a t-demokrácia megvalósítására, vagy idegenkednek tőle az emberek (és ha igen, vajon miért).

Menduni megemlíti egy sienai példát a televíziós városi hálózatok kiépítésére, de sajnos nem beszél a tapasztalatokról, holott érdekes lenne megvilágítani az elméleti lehetőségeket, majd összehasonlítani a gyakorlatban elért eredményekkel. Ráadásul a digitális interaktív televízióhoz fűződő új társadalmi elvárásokról és a lehetséges társadalmi jelentésekről ebben a pillanatban az olaszok tudhatnak a legtöbbet, ugyanis ők az Unióban a t-demokrácia kutatási projektjének a felelősei, konkrétan az olasz közszolgálati televízió, a RAI.

A televízió új típusú felhasználásával kapcsolatban megfogalmazódik néhány igen releváns kommunikációelméleti kérdés, például az, hogy miként kommunikál ma a nyugat-európai társadalom? Miféle nyilvánosságot jelenthet az új digitális interaktív televízió? Hogyan illeszkedik a társadalmi nyilvánosságok hierarchikus rendjébe? Vannak-e ennek a nyilvánosságnak korlátai? Ki korlátozza? Hipotéziseket természetesen az olvasó is megkockáztathat, de izgalmas lenne ezzel kapcsolatban Menduni gondolataival is megismerkedni.

A új digitális televízió előnyeit a t-demokrácia fogalmával kimeríthető szolgáltatások (önkormányzati és egészségügyi szolgáltatások, kereskedelmi, banki tranzakciók végrehajthatósága, interaktív reklámok, játékok, közönségkutatások stb.) képezik. Menduni szerint a fekete-fehér tévéről a színesre történő áttérés óta most először hajlandók a fogyasztók jelentős összegeket áldozni azért, hogy kicseréljék készüléküket a felsorolt előnyök reményében.

Az említett motivációkkal kapcsolatban szkeptikus vagyok, és úgy érzem, Menduni eléggé elnagyolt ecsetvonásokkal intézi el a fogyasztók magatartását, holott ez a kérdés akár alaposabban is érdekelheti az olvasót mint potenciális fogyasztót.

Az általam felsorolt hiányosságok ellenére Menduni könyve kitűnő olvasmány, mert rendhagyóan izgalmas, ugyanakkor szakszerű darab a médiatörténettel vagy médiaelemzéssel foglalkozó kötetek között. Végül az is az érdeme, hogy nem egy nehezen felhasználható irodalomjegyzékkel zárul, hanem a különféle médiakutatási irányokat megjelölve orientálja az olvasót, és ajánl szakirodalmat a téma továbbgondolásához. (Enrico Menduni, *La televisione. Il mondo in ogni casa. Forme e poteri del piccolo schermo nell'era digitale*), Mulino, Bologna, 2004, ISBN 88-15-09804-6, 8 euro).



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](#)

Pódiumbeszélések

## [„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](#)

