

# Tartalom

## Magyarország

- ["Valahol rosszul van begombolva az egész magyar sajtó." Egy rendszerváltó dokumentumról 20 év után. Beszélgetés Gálik Mihállyal, Halmai Gáborral és Hirschler Richárddal](#)7-12 [51.99 kB - HTML]
- Wild Judit ,  
Dull Szabolcs :  
[Az elnök emberei - munka közben. Kvalitatív kutatás az újságírói funkciókról és módszerekről](#)13-21 [72.47 kB - HTML]
- Galambos Márton :  
[A német kiadók és a magyarországi újságírás. Volt-e hatásuk az elmúlt 18 évben az újságírói munka minőségére a magyar sajtóban domináns német kiadótulajdonosoknak?](#)23-37 [84.69 kB - HTML]
- Lampé Ágnes :  
[Visszaküldő szolgálat. A cikkek megjelenés előtti átírhatóságáról - újságírói korlátozás vagy a tények ellenőrzése?](#)39-49 [78.34 kB - HTML]
- Barta Judit :  
[A szélsőjobboldali tematika kezelése a magyar médiában](#)51-60 [63.59 kB - HTML]
- Borókai Gábor :  
[Fogyasztói média, avagy lufifújás reggeltől estig](#)61-65 [38.60 kB - HTML]

## Történelem

- Takács Róbert :  
[A csehszlovák sajtóirányítás a hatvanas és a hetvenes évek fordulóján, Budapestről nézve](#)69-80 [104.94 kB - HTML]

## Új média

- Herendy Csilla :  
[Weboldalfejlesztés: hagyományos és innovatív módszerek](#)83-103 [94.43 kB - HTML]

## Erőszak

- Tóth Péter István :  
[A médiaerőszak-félelmek eredete](#)107-122 [106.56 kB - HTML]

## Kisebbség

- Vincze László :  
[Kétnyelvűség, média- és nyelv választás. Egy révkomáromi empirikus kutatás tapasztalatai](#)125-130 [41.65 kB - HTML]
-



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

## Médiakutató 2008 tél

### Magyarország

# „Valahol rosszul van begombolva az egész magyar sajtó”

## Egy rendszerváltó dokumentumról - húsz év után

Húsz évvel ezelőtt jelent meg először hivatalosan is Magyarországon a Javaslat a sajtónyilvánosság reformjára. Erről a dokumentumról szólt az a pódiumbeszélgetés, amelyet a Zsigmond Király Főiskola és a Médiakutató rendezett 2008. szeptember 4-én a Kossuth Klubban. A Kritika című folyóirat 1988. októberi számában közölt Javaslat egyfelől bírálta a Kádár-rendszer tájékoztatáspolitikáját, másfelől felvázolt egy új, demokratikus nyilvánosságot. A dokumentum szerkesztőivel, a későbbi Nyilvánosság Klub alapító tagjaival: Gálik Mihály közgazdással, Halmai Gábor alkotmányjogással és Hirschler Richárd újságíróval Bajomi-Lázár Péter beszélgetett arról, hogyan született meg a dokumentum, milyen hatást gyakorolt a korabeli nyilvánosságra, és a rendszerváltás után közel húsz évvel mi valósult meg a benne foglalt elképzelésekből. Az alábbiakban a beszélgetést szerkesztett formában közöljük.<sup>1</sup>

Médiakutató: Most a Javaslat szerkesztőivel beszélgetek, noha magát a szöveget számos más szerzővel közösen írták.<sup>2</sup> Az előzményekről: a Javaslat több változatban jelent meg, először 1987-ben a párizsi *Irodalmi Újságban*, majd Magyarországon 1988-ban előbb a *Kritikában*, majd a *Medvetánc* Fordulat és reform című mellékletében. Az egymást követő három változat egyre radikálisabban követelte a nyilvánosság reformját. Maga a dolgozat két nagy tartalmi egységből áll: előbb a kádári tájékoztatáspolitikai részletes kritikai elemzését nyújtja, majd konkrét reformjavaslatokat fogalmaz meg. Talán fogalmazhatunk úgy, hogy szerzői a tájékoztatáspolitikából a médiapolitikába való átmenetet követelték. Követeléseiket úgy összegezték, hogy a szabályozás logikáját kell megváltoztatni: a média informális politikai ellenőrzése helyett a „mindent szabad, ami nem tilos” elvnek kell érvényesülnie. A tájékoztatási monopóliumok felszámolását, a média privatizálását sürgették. Azt várták, hogy a sajtó „negyedik hatalom”-ként működjön, ellenőrizve a politikai szereplőket, beleértve az állampárt legfelsőbb vezetőit is. Ennek húsz éve. Történt-e akkor valamilyen szokatlan politikai esemény, amely hozzájárult a Javaslat megszületéséhez?

Hirschler Richárd: Az egész úgy kezdődött, hogy Lengyel László megjelent a *HVG* szerkesztőségében azzal, hogy van nekik egy remek dolgozatuk, a Fordulat és reform, csak éppen senki nem hajlandó közölni. Én akkor épp nagyon fel voltam háborodva, mert kirúgtak a főszerkesztő-helyettesi állásomból, de egyébként is láttam, milyen mértékben folyik a cenzúra. Mint főszerkesztő-helyettes a saját bőrömön éreztem: igazoló jelentéseket kellett Lakatos elvtársnak<sup>3</sup> írni, és – bár én nem vettem részt a főszerkesztői értekezleteken – pontosan tudtam, hogy tabutémák vannak, hogy megleckéztetik a főszerkesztőket és az egész tájékoztatáspolitikai tévúton van. Ez abban az időben már tarthatatlan volt, hiszen az emberek a *Szabad Európa Rádiót* hallgatták, így hozzájutottak az információkhoz. Azt mondtam Lengyelnek, hogy tényleg kellene valamit tenni, s akkor néhányan összeültünk: a *HVG* szerkesztőségéből Babus Endre, Kocsis Györgyi, Mézes Flórián, és gondoltuk, szólunk Halmai Gábor jogásznak, Gálik Mihálynak a *Magyar Rádióban*, aztán ott volt Lázár Guy közvélemény-kutató, aki több ehhez kapcsolódó elméleti anyagot írt ekkoriban. Körülbelül tízen összejöttünk, és elhatároztuk, hogy írunk egy dolgozatot. Tulajdonképpen Lengyel László volt az, aki ezt az egészet kezdeményezte. Így kezdődött, és a Fordulat és reform volt az apropója.

Gálik Mihály: Én akkor a *Rádió* gazdaságpolitikai rovatát és szerkesztőségét vezettem. Hivatásszerűen foglalkoztunk azzal, hogyan működik a magyar gazdaság. A tervgazdaság történetében utolsó, sorszám szerint VII. ötéves tervet szakmai körökben katasztrofális forgatókönyvnek tartották, mondván, semmire nem fog választ adni, és még tovább súlyosbítja az egyébként is kilátástalannak tűnő helyzetet. Ezt persze nemcsak mi láttuk így, hanem azok a kortársaink is, akik a Pénzügyminisztériumban (PM) és a Pénzügykutató Intézetben dolgoztak, és akikkel újságíróként különböző vonalakon szellemi kapcsolatban voltunk. Amikor ők elkezdték a Fordulat és reform-programot a PM-ben, akkor érthetően kértek egyfajta médiatámogatást tőlünk. Ők is tisztában voltak azzal, mi „mehet át”, mi „nem mehet át”, mégis azt a tizenöt- húsz, akkor véleményvezérnek nevezhető gazdasági újságíró, aki akkor számított, megpróbálták ebbe a bűvkörbe bevonni – és mi boldogan csatlakoztunk. Tehát Lengyel László itt is megjelent, de persze mellette ott voltak azok az akkor még a harmincas éveikben járó közgazdászok, akiknek

egy részéből politikus lett: Bokros Lajos a Horn-kormányban, Matolcsy György az Orbán-kormányban, Csillag István a Medgyessy-kormányban lett miniszter.

Ugyanakkor megindult verbálisan – hangsúlyozom: verbálisan – valami a Szovjetunióban is. A sajtóban mindig ez volt az eligazodási pont: ezt meg ezt azért nem lehet csinálni, mert a szovjet elvtársak... És akkor a szovjet elvtársak éppen nagy válságon mentek keresztül: 1982-ben, 1983-ban, majd 1984-ben is meghalt az első számú vezető, és jött egy ottani viszonyokkal mérve fiatalabb ember, egy ötven körüli, úgy hívták, hogy Mihail Gorbacsov. Ő elkezdett valamit, ami nagyon jó hivatkozási alap volt nekünk.

Halmi Gábor: Négyen szerkesztettük az anyagot. Lázár Guy volt a negyedik szerkesztő, ő már sajnos nem lehet itt. Még egy dolgot mondanék talán el arról, hogy magam hogyan csöppentem bele ebbe az egészbe. Egyetemi oktató voltam a Közgazdaság-tudományi Egyetemen. Akkor még államjognak nevezték a mai alkotmányjogot, azt oktattam, és az olyan emberi jogokkal foglalkoztam, mint a sajtószabadság és az egyesülési jog, Hirschlerék pedig egy jogászt kerestek, aki ilyesmiben jártas.

Egy további „mellékterméke” volt ennek a munkának: a mai napig létező Nyilvánosság Klub. Amikor mi összeálltunk, és születőben volt a Javaslat, akkor született egy olyan elhatározás is, már nehéz lenne megmondani, pontosan kinek a fejében...

Hirschler Richárd: ...Babus Endrében...

Halmi Gábor: ...legalábbis volt egy összejövétel a MÚOSZ-ban, amelynek jegyzőkönyve meg is jelent – egyébként éppen Babus Endre szerkesztésében – az 1988/7-es *Mozgó Világban*. Ezen az összejövételen egy kicsit összeugrottak a rendszert inkább toleráló régi MÚOSZ-vezetők és azok az újságírók, akik a Javaslatot jegyezték. Ott valóban Babus Endre állt fel és olvasott fel egy nyilatkozatot arról, hogy nekünk szándékunkban áll egy szervezetet is létrehozni az anyag mellé. Szerettünk volna valamiféle intézményi formát adni ennek az *ad hoc* munkának. Azt gondoltuk, hogy ha befejeződik, még bőven van mit tenni, hiszen nem véletlen, hogy először a párizsi *Irodalmi Újágban* jelent meg: Magyarországon nem volt fogadókészség a közlésére. Azt gondoltuk, hogy az egyesület tud segíteni magának az anyagnak a nyilvánosságán is.

Azt is el kell mondani, hogy Pozsgay Imre – akinek mindenféle politikai ambíciói voltak, feltehetően a nagyon kemény Lakatos-vonallal szemben – segítette az egyesület létrejöttét. Amennyire mi ezekben a boszorkánykonyhákba beeláthattunk, a Berecz-vonal<sup>4</sup> nagyon szigorú elhatárolódása mellett Pozsgay volt az, aki segített. Ezt onnan lehet tudni, hogy Berecz egyszer eljött a Közgázra, és egy nyilvános fórumon azt mondta: csak nem képzeli, hogy Magyarországon egy olyan egyesület létrejöhet, mint a Nyilvánosság Klub! Aminek akkor a kezdeményező dokumentumai már elindultak a maguk hivatalos útján.

Hirschler Richárd: Engem a Berecz fölhívott telefonon, valamikor a dolgozat készítése közben, és azt mondta: mi ez az ellenforradalmi csoportosulás amit ti itt szerveztek? Természetesen a Pozsgaival lehetett akkor takarózni, és mondtuk, hogy hát ez a Hazafias Népfront égisze alatt készül, úgyhogy itten semmiféle ellenforradalmi összeesküvés nincs. De ő továbbra is nagyon ellenséges volt ezzel szemben. Amikor a MÚOSZ-ban kihirdettük, hogy megalakul a Nyilvánosság Klub, valamikor 1988 januárjában jártunk.

Akkor a MÚOSZ-ban az Egyetemi Lapok Tagozat égisze alatt összejöttünk, hogy megvitassuk a nyilvánosság reformját, és aláírásokat gyűjtsünk a Nyilvánosság Klub támogatására. Mi sikeresnek tartottuk a találkozót, de Vajda Péter, aki jelenleg az NBH szóvivője, ezt követően írt egy cikket a *Magyarországban*, ahol Petőfi-körnek meg ellenforradalmárnak nevezett bennünket. Kértük, hogy válaszolhassunk egy másik cikkel, de erre nem kaptunk lehetőséget.

Gálik Mihály: Hadd lépjek vissza néhány hónapot az időben. Amikor ennek a dolgozatnak az első, sokkal szerényebb változata megszületett 1987 elején, azt gondoltuk, hogy a legtermészetesebb publikálási fórum a *Magyar Sajtó* (akkor még létezett ez az orgánus maga fizikai papírvalóságában, kéthetente jelent meg, és minden MÚOSZ-tag, nagyjából nyolc-kilencezer ember, hivatalból megkapta). Úgy gondoltuk, hadd ismerkedjenek meg ezzel, tehát semmiféle „underground” dologról nem volt szó. Megszerveztük, hogy fogadjon minket a szerkesztőbizottság, elküldtük előre az anyagot – ez 1987 tavaszán volt –, de egyszerűen minősíthetetlen volt a fogadtatás. Megpróbáltuk tehát a hivatalos nyilvánosságot, de valaki a *Magyar Sajtó* szerkesztőbizottságában azt mondta – szándékosan nem mondom a nevét, mert ma már nem él –, hogy „hát nincs ebben semmi új, mit akartok ti itt?”. Így jelent meg az első verzió, amely valóban a Hazafias Népfront felkérésére készült, a párizsi *Irodalmi Újágban* – hogy ki adta oda a szerkesztőknek, nem tudom.

Médiakutató: Eddig 1987–1988-ban jártunk, aztán 1989 tavaszán fölgyorsultak az események. A média is gyors ütemben alakult át, nyáron engedélyezték a lapok indítását. Hogyan látják, mekkora hatással volt a médiapolitika átalakulására ez a dolgozat? Mennyire váltotta be a várakozásaikat az, ami a következő években történt a magyar sajtóban és médiában?

Halmi Gábor: A hatással kapcsolatban én egy dologról tudok beszámolni: a nyomtatott sajtóval kapcsolatos szabályozás alakulásáról. A Javaslat elég radikális megoldást fogalmazott meg: azt, hogy semmilyen sajtótörvény nem kell, hiszen a sajtó minden szabályozása szükségképpen csak korlátozás lehet. Azok a technikai szabályok, amelyek minden jogállamban megtalálhatók – például hogy minden lapnak impresszumot kell tartalmaznia – más jogszabályok között is elhelyezhetőek. Mi amellel álltunk ki, hogy ne legyen sajtótörvény, annál is inkább, mert 1986 elején megszületett – nagyobbrészt Berecz iniciálására és nyilvánvalóan a párt keményvonalának ötletéből – az a sajtótörvény, amelynek hiánya egészen odáig nem zavarta a párt vezetését. Az 1986-os sajtótörvény, amely egyébként ma is hatályban van, sokkal inkább visszafogta a szabad sajtó kibontakozását, semmint elősegítette.

Igaz, 1990-ben módosították. A gyülekezési és az egyesülési törvény pontosan ugyanilyen szándékkal született 1989 elején, hogy tudniillik az induló egyesületeket, a gyülekezési hullámot visszafogja, ne támogassa. Azt, hogy ezeknek a törvényeknek a korlátozás volt az alapvető motívumuk, aligha lehet tagadni; például az egyesülési törvénynek az, hogy ne alakuljanak pártok, mert az mondták, hogy amíg nincs párttörvény, addig pártok nem alakulhatnak, az egyesülési törvény pedig nem erre való. Visszatérve a sajtótörvényre: mi éppen ezért azt javasoltuk, ezt a törvényt – úgy, ahogy van – el kell felejtetni, hatályon kívül kell helyezni, és abból kell kiindulni, hogy mindent szabad, amit nem tilos. Természetesen nincs szükség engedélyezésre, csak nyilvántartásba vételre. Ez a javaslat aztán 1990-ben, amikor elindult a tulajdonképpeni rendszerváltás, már túl radikális javaslatnak tűnt.

Engem egyszer behívtak az igazságügyi minisztériumba – ez 1990 elején lehetett –, és megkérdezték tőlem, hogy képelem azt, hogy ne legyen egyáltalán sajtótörvény. Én azt mondtam, nagyon egyszerűen úgy, ahogy Táncsics mondta: „Semmi nem kell!”, vagy ahogy Deák mondta: „Csak hazudni nem szabad.” Ez persze már nem ment át, de a korrektség kedvéért hozzá kell tenni, hogy 1990-ben a sajtótörvény legvadabb, az engedélyezési rendszerre vonatkozó szabályait kivették a törvényből, viszont az előzetes cenzúra (az, hogy egy lapot a kiadása előtt az ügyész kezdeményezésére vissza lehet vonni) benne maradt a törvény 15. paragrafusában egészen 1997-ig, amikor az Alkotmánybíróság hatályon kívül helyezte.

Gálik Mihály: Amikor az 1986. évi II. törvényt előkészítette az akkori hatalom, volt egy vitafórum a MÚOSZ-ban, akkor az egyetlen létező újságíró- szövetségben. A közgazdasági szakosztályban, amelynek én is tagja voltam, és amelynek a Javaslaton dolgozók döntő többsége is tagja volt, azt mondtuk a tervezetre, hogy abszolút nonszensz, és legyen benne *expressis verbis* a törvényben, hogy bármilyen természetes személy (magánszemély) és jogi személy alapíthat lapot. Ezt a forradalmi gondolatot már az akkori szakosztály-vezetőség elsöpörte, nem beszélve a MÚOSZ elnökségéről, amely teljes mellszélességgel kiállt a saját tevékenységét korlátozó törvény mellett. Kis kiegészítés, hogy a lapengedélyezési rendeletet 1989 közepén a Németh-kormány hatályon kívül helyezte, és ki is tört egy lapalapítási láz. Olyan címek jelentek meg, amelyekre már, hogy úgy mondjam, a legöregebb pusztai pásztorok sem emlékeznek, rengeteg új címet adtak ki – ezeknek a 99 százaléka azután hamarosan el is tűnt.

A rádióval és a televízióval kapcsolatban is megfogalmaztunk javaslatokat. Azt mondtuk, igen, kell egy közszolgálati szektor, de természetesen kell kereskedelmi rádió és televízió is, ami alapvetően üzleti vállalkozás. Azt mondtuk, legyen – bár ezt a szót akkor még nem használtuk – duális rendszer: legyen egy nem állami, hanem a szó igazi értelmében erős közszolgálati rádió és tévé, és mellette sokszereplős, kereskedelmi média.

Médiakutató: Aztán 1990-ben kitört a médiaháború – márciusban vagy októberben, ki mikortól datálja. Mennyire volt előre látható, hogy a média lesz a rendszerváltás egyik szimbolikus kérdése?

Halmi Gábor: Az, hogy a Nemzeti Kerekasztalnak az a bizottsága, amely a médiával lett volna hivatva foglalkozni, gyakorlatilag eredmény nélkül fejezte be a munkáját – nem sikerült megegyezni abban, hogy milyen médiastruktúrát hozzanak létre –, előre vetítette azt, hogy itt az elektronikus médiában egész bizonyosan nem lesz megállapodás, és főleg nem lesz megállapodás a közszolgálati médiumok feletti hatalom kérdésében (bár lehet, hogy ez csak utólagos okoskodás). A Németh-kormány kimondta a frekvenciamoratóriumot, tehát nem lehetett frekvenciát osztani, és így nem épülhetett ki a plurális mediapiac. A *Magyar Rádió* és a *Magyar Televízió* feletti uralom igazi hatalmi kérdés volt, ez 1989-ben determinálva volt.

Gálik Mihály: Én akkor a *Rádióban* voltam, továbbra is középvezetőként. Óriási különbség volt a *Rádió* és *Televízió* között. A hatalom is másképp tekintett ránk, természetesen az érdeklődésének központjában a *Televízió* volt. A *Rádióban* könnyebb volt dolgozni, mert kevésbé szorongatták a torkunkat. A *Rádióban* gyakorlatilag egy belső hatalomátvétel történt 1989-ben, végeredményben az akkori reformkommunista szárny teljesen elégedett volt a működésével. Én nem éreztem semmiféle, a szó hagyományos értelmében vett pártirányítást, akkor már persze a párt is átalakult, és az odatett elnök, aki 1988 késő őszén jött, a „nem csinálok semmit” bölcs politikáját folytatta. Hagyta a dolgokat menni, hisz úgymint mindenki a *Televízióval* foglalkozott. Egyáltalán nem véletlen, hogy a Fordulat és reform-mozgalomban főleg a rádiósok, a HVG-sek, az akkori *Magyar Hírlap*, valamint a Tömegkommunikációs Kutatóközpont munkatársai vettek részt. Egyetlenegy olyan televíziós újságíró sem csatlakozott ehhez a mozgalomhoz, akinek neve volt.

Hirschler Richárd: Azért hadd jegyezzem meg, hogy felhívott engem a Juszt László, azt mondja: Ricsikém, te tudod, hogy milyen súlyos dolgokat csináltok, hogy ez milyen veszélyes, jól gondold meg, hogy mit veszíthettek – szóval ez volt a *Tévé*...

Gálik Mihály: Minket 1990 tavaszán egyáltalán nem érdekelt a médiaháború, mert az a *Televízióban* zajlott, a pozsgayasták elfoglalták a kuratóriumokat, mi viszont pontosan úgy működünk az első szabad választás előtt, mint az azt megelőző évben. Csinálhattuk, amit a szakmai meggyőződésünk diktált, és vártuk az első, demokratikus választás eredményeit.

Médiakutató: Ha most szánnák el magukat arra, hogy írjanak egy hasonló dolgot, mit bírálnának a mai magyar médiapolitikában és médiarendszerben?

Hirschler Richárd: Nekem elsősorban az nem tetszik, hogy vannak újságírók, akik kormánypropagandistának képzelik magukat, és kifejezetten támadják azokat az újságírókat, akik megpróbálnak egy bizonyos objektivitást felmutatni. Persze nemcsak az újságírók veszítették el az objektivitásukat. Ők pontosan látják, hogy a közönség is azt szereti olvasni, amit eleve tart a dolgokról, tulajdonképpen nem szereti az ellenérveket hallani. Nem tetszik az úgynevezett objektív felelősség sem – tehát az, hogy engem felelőssé lehet tenni azért, ha az MTI valami hülyeséget ír, és azt mi jóhiszeműen közöljük. Olyan hírfolyam van, hogy egyszerűen nem lehet minden hírt ellenőrizni. Nem tetszik a bulvár uralma sem. Más: régen ott volt az agitprop, ami megkötötte az újságírók kezét,

ma ott van az üzleti világ, ami szintén pénzel újságírókat, és beköti a szájukat. Az újságírók például nem írják vagy írhatják meg egy cég disznóságait, ha az történetesen az illető orgánumot finanszírozza.

Gálik Mihály: Én 15 éve felhagytam az újságírással, és csak végszükség esetén, amikor már tényleg nem bírom cérnával, szoktam egy-egy véleményt megfogalmazni valamelyik hetilapban. A legutóbb, de ennek már két éve, amikor láttam a TV2-n Sváby András Orbán-interjúját, amely a magyar politikai újságírás történetében a szégyenfoltok közé tartozik, az újságírói butaság és felkészületlenség manifeszt megjelenése. Azt mondtam magamnak, nem lehet igaz, hogy egy ilyen emberről, az *infotainment* szupersztárjáról mintázzák az újságírói modellt. Ha szabad egy mondatot egy nagy médiaelméleti műből kölcsönözöm, majdnem betű szerint: „A demokrácia intézményrendszere nélkül az újságírók vagy propagandisták, vagy mulattatók.” El lehet verni a mai médián a port, és nekem nagyon sokszor nem tetszik, ahogy a média tükrözi a valóságot, de az is lehet, hogy az a valóság, amelyben élünk, amúgy sem kedvünkre való, így azután a média „szerkesztett valósága” sem tetszhet.

Halmi Gábor: Én kettéválasztanám a választ. Egyrészt azt említeném, amiről Ricsi is beszélt: ez a magyar médiapiac nagyon nem a kedvemre való. Az a médiakínálat, amely a mai Magyarországon létezik, engem nagyon kevésbé tud tájékoztatni, nagyon kevésbé tud szórakoztatni. Csak azért olvasom, mert nem tudok mást olvasni, pontosabban tudok mást olvasni, de hát ha az ember él egy országban, akkor kénytelen hazai termékeket is fogyasztani. Nem hiszem, hogy ez strukturális probléma, nem hiszem, hogy ez a következménye annak, amit mi javasoltunk. Valahol egészen máshol dőlt el, hogy hiányzik a magyar újságírásnak az a függetlensége, az a szuverenitása, amely teljesen természetes egy *Frankfurter Allgemeine Zeitung*-nál vagy egy *New York Times*-nél. Ott eszébe sem jut egy újságírónak, hogy ha foglalkozik valamivel, azt kormánypárti szempontból vagy ellenzéki szempontból tárgyalja. Ő a problémával akar foglalkozni; az, hogy ez kinek lesz jó és kinek lesz rossz, indifferens egy igazán szuverén újságíró számára. Nem akarom persze azt mondani, hogy ne lennének rossz amerikai meg német, meg svájci újságírók, de valahol rosszul van begombolva az egész magyar sajtó. Az, hogy egy lap magát ellenzékinek vagy kormánypártinak mondja, a sajtó természetével ellentétes. Nincs ellenzéki meg kormánypárti sajtó, csak sajtó van.

Arra a kérdésre válaszolva, hogy vajon ma mit csinálnánk: erre nekünk nincs befolyásunk, akkor sem volt. Az egyetlen dolog, amit én másképp csináltam volna: a médiatörvénynek elhibázott az a koncepciója, hogy követelmény a kiegyensúlyozottság – ha nem is teljesen egyformán a kereskedelmi és a közszolgálati médiumok vonatkozásában. Szerintem ez rontotta el az elektronikus média világát. És az, hogy a törvény ráeresztette a pártokat a médiára, és megengedte a pártoknak, hogy sok esetben önös érdekeiket kiszolgálva tegyék tönkre az elektronikus média függetlenségét és szuverenitását, mert ma az elektronikus médiumok az ORTT-re és a Panaszbizottságra figyelnek. Talán kevésbé, mint tíz évvel ezelőtt, de ez végzetesen el lett rontva. Lehetett volna más megoldásokat találni. Mondjuk egy német vagy egy osztrák típusú médiafelügyeleti rendszer szerencsésebb lett volna, a pártok kizárásával.

Médiakutató: A javaslat annak idején az állami beavatkozás vagy az állami szerepvállalás kérdését feszegette. Amiket viszont most mondanak – a pártos és a bulvárújságírás – nem feltétlenül médiapolitikai, inkább önszabályozási kérdések.

Közönség: Van-e olyasmi ma, amit nem lehet megírni Magyarországon? Vannak még tabuk?

Hirschler Richárd: Szerintem mindent meg lehet írni, amit az újságíró megtud. Csak az a baj, hogy nagyon sok témában egyszerűen nem tudunk hozzájutni az információhoz – ilyen például a pártfinanszírozás kérdése. Vagy itt a Kulcsár-ügy: nyolc évre bekasznították Kulcsár Attilát, de ezen kívül nem tudtuk meg, miféle pártkapcsolatai voltak.

Régen végigéltem, amikor a Lakatos elvtársék előírták, hogy a párt vezető szerepét nem lehet kétségbe vonni, a Varsói Szerződésről nem lehet írni, a Szovjetunióról kritikai megjegyzéseket nem lehet írni, párttagokat nem lehet bírálni. Millió tabu volt. Most nincsenek tabuk, csak nem jutsz hozzá az információkhoz.

Gálik Mihály: Én két dolgot szeretnék mondani. Az egyik egy történelmi példa. Biztos sokan hallották már azt a nevet, hogy Daniel Ellsberg. Amerikai kormánytisztviselő volt, aki megelégette a vietnami háborút, és – a legsúlyosabb személyes konzekvenciákat vállalva – kiszivárogtatott az Egyesült Államok által viselt vietnami háborúval kapcsolatban információkat a vezető amerikai orgánumoknak, amiért a karrierjével fizetett. Hol vannak azok a Daniel Ellsbergék, akik a magyar pártfinanszírozással kapcsolatos információkat kiszivárogtatnák? Hol vannak az olyan főszerkesztők vagy kiadók, mint Arthur Salzburger a *New York Times*-ban, akik ezt le is merik hozni?

A másik: egy éve volt egy kerekasztal-beszélgetés a Budapesti Kommunikációs Főiskolán, amelyen részt vett az amerikai nagykövet, a sajtó is. Az apropó az volt, hogy Joseph Pulitzer dédunokája Magyarországra látogatott, mert szerette volna a híres dédapa hazáját megismerni. Az amerikai sajtós elmondta a jelen lévő újságírónak, hogy ő Magyarországon egy súlyos társadalmi problémát lát, a cigányság helyzetének a kezelését, és megkérdezte, ez miért nem jelenik meg a sajtóban. Erre Réti Pál, a *HVG* ma is hivatalban lévő főszerkesztője döbbenetes választ adott. Tudni kell, hogy a *HVG* olvasótáborában a liberális véleményformálók, a magas társadalmi státusúak messze túlreprezentáltak. Azt mondta Réti: ha elkezdünk a cigányság kérdésével komolyan foglalkozni, olyan olvasói reakciókat kapunk, hogy „ne erről írjanak”, „nem ezért fizetem elő a *HVG*-t”. Nagyon érdekes, hogy meddig szakadhat el a saját üzleti alapjától, az olvasótáborától egy ilyen orgánum. És most egy olyan lapot említettem példaként, amelynél történelmileg kialakult egy szerkesztőségi irányvonal 1979-től, amelyre büszkék, amelyet szeretnének követni. Van önszabályozása, van újságírói chartája, rendezett a kiadóhoz való viszonya, még üzletileg is sikeres. És még ez a lap sem írhat annyit erről, amit amúgy szükségesnek tartana.

Közönség: Milyen javaslataik lennének a médiaszabályozással kapcsolatban most, ha valaki kikérné a

véleményüket?

Halmi Gábor: Ami a nyomtatott sajtót illeti, ma is azt gondolom, hogy a sajtótörvénynél a semmilyen sajtótörvény lényegesen jobb lenne. Mondjuk előnyeként kell megemlítenem, hogy gyakorlatilag a sajtótörvény nem él, szinte alig alkalmazták. Az elektronikus média kapcsán elmondtam, hogy a pártokat egész bizonyosan kizárnám a szabályozó és a felügyeleti testületekből. Az 1990-es évek elején az Alkotmánybíróságnál dolgoztam, és Sólyom László tanácsosaként részt vettem az 1992-ben született első médiahatározat előkészítésében is. Ez arról szólt, hogy miért alkotmányellenes az Antall József által elővett 1976-os kormányhatározat, amely kormányfelügyeletet írt elő a *Magyar Televízió* esetében. Az Alkotmánybíróság az akkor még nem létező médiatörvényre vonatkozóan megpróbált bizonyos alkotmányos követelményeket előre meghatározni. A legfontosabb az volt – német mintára –, hogy a közszolgálati médiumok államtól való függetlensége bizony a parlamenttől való függetlenséget is jelenti, nemcsak a kormánytól való függetlenséget. Az összes parlamenti párt együtt sem sértheti az elektronikus média függetlenségét. A médiatörvény ezt elemi módon nem valósítja meg. A Nyilvánosság Klub nevében 1997 júliusában megfogalmaztunk egy beadványt, amelyben erre az 1992-es döntésre hivatkozva megtámadtuk a médiatörvényt. Az Alkotmánybíróság tíz évvel később, 2007-ben hajtott el minket.

Hirschler Richárd: Most például fontolgatjuk, hogy pert indítsunk a zuglói önkormányzat ellen, mert nem adnak ki egy bizonyos dokumentumot, amelyet pedig az ombudsman utasítására ki kéne adniuk. Azt kellene kikényszeríteni, hogy közhivatalok és közszolgák kiadjanak információkat, és ne 50-70-100 évre titkosítsanak dokumentumokat. Az újságírók tehát férjenek hozzá olyan dokumentumokhoz, amelyekkel tudják tájékoztatni a közvéleményt.

Gálik Mihály: Egyetértek azzal, hogy életveszélyes volt benyomni a pártokat a közszolgálati média felügyeletébe. Ugyanakkor én sokkal jobb véleménnyel vagyok a kereskedelmi médiáról. Szerintem a szórakoztató funkciót tekintve nincs szégyenkeznivalója a magyar kereskedelmi televíziózásnak és a rádiózásnak, nem rosszabb, mint másutt. Óriási a kínálat, ki-kik megtalálhatja a maga preferenciáinak megfelelőit. Vannak olyan vélemények, amelyek szerint minél megállapodottabb és hatékonyabb egy demokrácia, annál kevésbé érdekli az embereket, hogy az miként működik. A legmeggyökeresettebb demokráciákban is nagyjából a népesség nyolcada, hetede az, amelyik komoly politikai információkat önszántából fogyaszt.

Még egy dolgot mernék javasolni. Ma már csatornabőség van, nem az a helyzet, mint 1994-1995-ben, amikor előkészítették a rádió- és televíziótörvényt, és amikor még nagyon kevés megjelenési felület volt. Akkor esetleg indokolt lehetett, hogy még a kereskedelmi csatornáknak is előírják a kiegyensúlyozottságot, a közszolgálati feladatok teljesítését. Ezt bátran el lehetne felejtetni. A kereskedelmi szféra legyen kereskedelmi – most kibukik belőlem az öreg bolsevik: „a krumpliceves legyen krumpliceves”. Nem kell a kereskedelmi szférára lehetetlen feladatokat róni, ami állandó lehetőséget teremt a számonkérésre és a sakkban tartására. Ennek most már egyetlen funkciója van: rettegjen az *RTL Klub* meg a *TV2*, hogy majd valamit betesz neki az ORTT. A kifejezett javaslatom tehát egyfajta liberalizáció: a kereskedelmi szférát meg kell szabadítani a közszolgálatinak nevezett terhektől és kötelezettségektől.

## Lábjegyzetek

1

A beszélgetés lejegyzéséért köszönet illeti Szilágyi Ágnes és Budai Kristófot, a ZSKF PR- és Marketing Centrumának munkatársait – a szerk.

2

A Javaslatnak a *Kritika* 1988. októberi számában közölt változatát Babus Endre (*Heti Világgazdaság*), Bihari Mihály (ELTE), Bossányi Katalin (*Népszabadság*), Breitner Miklós (*Verseny és Vállalkozás*), Domány András (*Magyar Rádió*), Gálik Mihály (*Magyar Rádió*), Halmi Gábor (Marx Károly Közgazdaság-tudományi Egyetem), Hirschler Richárd (*Heti Világgazdaság*), Kocsis Györgyi (*Heti Világgazdaság*), Korányi G. Tamás (*Esti Hírlap*), Lázár Guy (Tömegkommunikációs Kutatóközpont), Mélykúti Attila (*Magyar Nemzet*), Révész Sándor, Szekfű András (Tömegkommunikációs Kutatóközpont) és Terestyéni Tamás (Tömegkommunikációs Kutatóközpont) írta alá – a szerk.

3

Lakatos Ernő, az Agitációs és Propaganda Osztály vezetője – a szerk.

4

Berecz János, az MSZMP KB titkára – a szerk.



Allásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



&lt;&gt;

[Szomszédok közt](#)[> könyv rendelés](#)[Megrendelés](#)

&lt;&gt;

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 2008 tél

### Magyarország

[Wild Judit](#) - [Dull Szabolcs](#):

# Az elnök emberei - munka közben

A Gőbolyös József „Soma” Alapítvány legújabb kvalitatív kutatásában a különféle újságírói információszerzési módszerek elfogadottságára, a preferált újságírói funkciókra, szerepfelfogásokra és a vélt közönség újságírói szereppercepcióira kereste a választ. A szervezet által megkeresett médiumok főszerkesztőinek válaszaiból kiderült: az amerikai kollégákhoz hasonlóan itthon is a leginkább elfogadott újságírói információszerzési módszer az informátorra gyakorolt nyomás, ám tőlük némileg eltérően hazánkban valamivel elfogadottabbak a megtévesztésen alapuló módszerek. Mindemellett a tengerentúli kollégákhoz többé-kevésbé hasonlóan gondolkodnak a magyar főszerkesztők az újságírói funkciókról, ám abban már komoly különbségek vannak, hogy a szakma vezetői mit gondolnak arról: mennyire fontos olvasóiknak az, amit a maguk számára annak tartanak. Ebből következően felmerül a kérdés: miként hat a public journalism és a közönség professzionális újságírásba való kisebb-nagyobb mértékű bevonódásának folyamata a sajtó és a közönségnek tulajdonított újságírói szerepfelfogásra.

### Mi is az a tényfeltárás?

A tényfeltáró újságírást támogató alapítvány, a Gőbolyös József „Soma” Alapítvány már második alkalommal végzett kvalitatív jellegű, két részből álló kutatást az újságírókat, az újságírást érintő kérdésekről országos, bulvár- és megyei napilapok, közéleti hetilapok, valamint online újságok főszerkesztőinek körében.<sup>1</sup> Az alapítvány 2006-os kutatása kapcsán kiderült: a főszerkesztők körében egyetértés uralkodik azt illetően, hogy Magyarországon többszörösen neheztelt pálya a tényfeltáró újságíróé. Ahogy az első, úgy a második kutatás alkalmával is a tényfeltárás magas költségeivel, a laptulajdonos profitmaximalizálási szándékával, a katasztrofális jogi környezettel és a jó tényfeltáró újságírók hiányával magyarázták a kevés tényfeltáró cikket a megkérdezettek.<sup>2</sup> Ugyanakkor az első kutatás 2006. késő őszi pesszimista hangulatához képest egy évvel később üdítő fejlemény volt Réti Pálnak, a HVG főszerkesztőjének tapasztalatát hallani, miszerint „érdemes befektetni a tényfeltáró újságírókba: a Veres számlaügyéről<sup>3</sup> szóló vagy a városok bűnözési tabelláját bemutató cikkünk kimutathatóan emelte a példányszámot”. Dr. Árpási Zoltán, a *Somogyi Hírlap* főszerkesztője mindemellett újabb dimenzióval gazdagította a tényfeltáró újságírással kapcsolatos nehézségek számbavételét: a megyei napilapoknál ugyanis nemcsak az esetleges „pénz-paripa” hiánnyal kell megküzdeni, hanem a tényfeltáró cikk alanyaihoz fűződő közelebbi viszonyal is:

„Az újságírók itt közelebb vannak az érintettekhez. Ha tényfeltáró riportot írunk, ez előnyös, hiszen az újságíró jobban ismeri a viszonyokat, jobban átlátja az összefüggéseket, de annyiból hátrányos, hogy egy esetleges leleplező cikk után itt helyben atrocitásoknak, kellemetlenségeknek van kitéve. Egy újságíró a cikk megjelenése után például a helyi városházán nemkívánatos személy lesz.”

A tényfeltáró – más néven nyomozó vagy oknyomozó – újságírás nehéz helyzetének megítéléséről tehát hasonlóan gondolkodnak a hazai főszerkesztők, ám az már kevésbé konszenzusos, hogy mégis miben különbözik a tényfeltáró és a „mindennapinak” mondott újságírás. A kérdésre válaszoló szerkesztők kisebbsége szerint nincs igazán különbség a tényfeltáró és a „mindennapi” újságírás között. Úgy vélik, hogy ez a fajta szétválasztás mesterséges, minden újságcikk azonos módszereket, eszközöket, igényességet és felkészültséget követel, és témája válogatja, hogy mennyi idő alatt készül el egy cikk. A többség azonban úgy gondolja, hogy az inkább tájékoztató, leíró jellegű „mindennapi” újságírásnál a tényfeltáró munka több időt, pénzt, energiát és felkészültséget igényel; s épp ezen feltételek biztosítása ütközik nehézségbe a mindennapok során.

### A megtévesztéstől az agresszívabb módszerekig

Függetlenül attól, hogy tényfeltáró vagy mindennapi újságírásról van szó, kevésbé elhanyagolható kérdés, hogy az újságíró milyen módszerekkel szerzi be a munkája lényegét jelentő információt, s a használt információszerzési módszert mennyire tartja elfogadhatónak a szakma. Az Egyesült Államokban az 1970-es évek óta foglalkoznak eyebekek közt ezzel a kérdéskörrel is egy országos újságíró- kutatás keretében. Az amerikai szociológus, John W. C.



Johnstone és munkatársai által elkezdett, majd mostanáig a tömegkommunikáció-kutatással foglalkozó David H. Weaver és munkatársai (Weaver et al., 2007) által folytatott, tízévente megismételt kutatássorozat legfrissebb, 2002-es adatfelvétele érdekes trendekről árulkodik az információszerzési módzatok elfogadottságának változását illetően. A Watergate-botrány nyomán elfogadottabbá vált olyan megtévesztő információszerzési módszerek, mint például az áldentitás vagy a személyes iratok engedély nélküli használata, az új évezredben már kevésbé vállalható az amerikai újságírók számára. E tendenciával párhuzamosan az információért folytatott éles versenyben viszont toleránsabbak lettek az üzleti és/vagy kormányzati dokumentumok engedély nélküli használatával vagy az információsolgáltatástól húzódozó informátor folyamatos keresésével kapcsolatban (lásd az 1. táblázatot).

1. táblázat. Különböző információszerzési módszerek elfogadottsága amerikai újságírók körében; az adott módszert elfogadhatónak tartók aránya, százalék

	1982 (N=1001)	1992 (N=1156)	2002 (N=1149)
Üzleti, kormányzati iratok engedély nélküli használata	55	82	78
Állásba kerülni egy céghez belső információért	67	63	54
Nyomásgyakorlás informátorra	47	49	52
Az újságíró másvalakinek adja ki magát	20	22	14
Rejtett eszközök: mikrofon, kamera használata	-	60	60
Információért pénzt fizetni	27	20	17
Személyes iratok engedély nélküli használata	28	48	41
Informátor kiadása	5	5	8

Az előbbi, megtévesztésen alapuló technikához tartozó áldentitás használatát például az 1980-as, de még az 1990-es években is az amerikai újságírók mintegy 20 százaléka tartotta elfogadhatónak, míg az új évezredben már csak 14 százaléka. Hasonlóképp csökkent a népszerűsége annak az információszerzési módnak, melynek során egy újságíró egy cég vagy szervezet alkalmazásába áll, anélkül hogy felfedné kilétét. Az 1980-as években végzett kutatásban az újságírók kétharmada tartotta ezt a módszert elfogadhatónak, és az 1990-es években sem csökkent sokkal a támogatók aránya. Tíz év elteltével azonban az újságíróknak már csak a fele tartotta „comme il faut”-nak a beépülést. Ezzel párhuzamosan erősödött a húzódozó informátor esetleges erőszakosabb meggyőzésének elfogadottsága. Noha tíz év alatt (1992 és 2002 között) összességében három százalékkal, 49-ről 52-re növekedett az ilyen nyomásgyakorlást elfogadhatónak tartók aránya, a szám mögött jelentős eltérések tapasztalhatók a médium jellege szerint. A hetilapoknál dolgozó újságíróknak például korábban harmada, legutóbb pedig fele, a hírmagazinoknál dolgozóknak pedig korábban 59 százaléka, legutóbb pedig 75 százaléka tartotta elfogadhatónak az informátor erősebb győzködését.

## Itthon elfogadottabb a céges beépülés

Mivel a hazai újságírók körében még nem készült kutatás arról, hogy milyen információszerzési módszereket tart elfogadhatónak a szakma, ezért trendekről nem, legfeljebb a főszerkesztők válaszaiból kirajzolódó pillanatképről beszélhetünk (lásd a 2. táblázatot). Eszerint a hazai szakmai vezetők körében – hasonlóan amerikai kollégáikhoz – az informátorra gyakorolt nyomás a leginkább elfogadott módszer: a válaszadók 91 százaléka tartja teljesen elfogadhatónak az információsolgáltatás alól magát kihúzni szándékozó informátor zaklatását. A második leginkább elfogadott módszer az egyik említett „megtévesztő” eljárás: amikor egy újságíró információszerzés céljából kerül állásba egy céghez.

„A Népszabadság egyik újságírója alkalmazottnak jelentkezett a Hankooknál, hogy így szerezzünk információkat a vállalatról, illetve az alkalmazottakkal való bánásmódról. A színjátékot akkor hagytuk abba, amikor az újságírónak nyilatkoznia kellett volna – büntetőjogi felelőssége tudatában –, hogy senki nem fizeti számára a tb-t. De így is elég anyag gyűlt össze egy tényfeltáró cikkhez”

– hozott példát a módszer gyakorlati átültetésére Vörös T. Károly, a napilap főszerkesztője. A magyar főszerkesztők azonban jóval toleránsabbak, mint amerikai kollégáik: a hazaiak ötöde tartja elfogadhatatlan információszerzési módszernek a céges beépülést, míg a tengerentúliaknál ez az arány 46 százalék. A mélyinterjúk során mindemellett más főszerkesztők is említették ezt az ügyet, s többen nem értették: miért hagyta abba az újság az ügyet az első akadálynál.

A főszerkesztőkkel folytatott interjúkból kiderült: számukra a leginkább elfogadható, legmegbízhatóbb és legbiztonságosabb módszer az, ha az újságíró dokumentumból, írott, bemutatható, visszakereshető forrásból dolgozik. A problémák ott kezdődnek, ha a megszerzendő vagy éppen már megszerzett iratok kormányzati vagy üzleti titoknak minősülnek: talán ez is a magyarázat arra, hogy a kérdőívet kitöltő főszerkesztők csak mintegy tizede tartja elfogadhatónak titkos üzleti és/vagy kormányzati dokumentumok használatát,<sup>4</sup> s kétharmaduk csak indokolt esetben tartja megengedhetőnek, hogy beosztottja titkos dokumentumokból dolgozzon.<sup>5</sup>

„Sok mindenre ráírják, hogy államtitok, sokszor kerülhet szembe az újságíró ilyen-olyan üzleti titokkal is, de nem kell azonnal félredobni az ügyet. A K&H Bank-botránynál – mivel egy vitathatatlanul közérdekű ügyről volt szó – rengeteg úgymond üzleti és államtitkot közöltünk, de egy pert sem kaptunk a nyakunkba, és mindössze egyetlen esetben, ráadásul egy nem túl jelentékeny ügyben kellett helyreigazítanunk”

- emlékezett vissza Martin József Péter, a *Figyelő* főszerkesztője.

Az informátor kiadásának kérdése körül is konszenzus uralkodik - mint teljes mértékben kerülendőnek tartott gyakorlat: a *Népszabadság* főszerkesztője szerint egyenesen „ez a legnagyobb vétek, amit újságíró elkövethet”. Hasonlóan vélekedik a *HVG* főszerkesztője is, noha a lap történetében egyszer már majdnem előfordult, hogy felfedték az informátoruk kilétét:

„Egy cikk kapcsán bizalmas iratok eltulajdonításával vádolták meg a lapot, s mivel a sztárüggyvéd informátorunk - akitől valójában szereztük az információt - nagyon inkorrekt módon viselkedett velünk, majdnem eljutottunk oda, hogy nem tartjuk tovább a hátunkat miatta”

- választa az eset hátterét Réti. Ugyanakkor nemcsak a magyar főszerkesztők gondolják elfogadhatatlannak az informátornak tett bizalmassági ígéret megszegését, de hasonlóan egységesek ezt illetően az amerikai újságírók is - ahogy azt Judith Miller, a *New York Times* volt újságírója is tette három éve, amikor a börtönbüntetést vállalva nem volt hajlandó kiszolgáltatni informátorát a szövetségi bíróságnak.

## Megosztó módszerek: névtelen forrás, álruha, lefizetés

Az egyik legvitatottabb újságíró-módszertani kérdéskör a névtelen forrás használata. Névtelen forrásról két esetben beszélhetünk: egyrészt akkor, ha az újságíró ismeri az informátort, akinek nyomós oka van arra, hogy eltitkolja kilétét (ez a gyakoribb); másrészt akkor, ha a forrás anonim mindenki, még az újságíró számára is, mint például Mély Torok a nevezetes Watergate-ügyben. Legyen szó bármelyik esetről is, a kérdés megosztotta a főszerkesztőket: negyedük tartja teljesen elfogadhatónak, megközelítőleg ötödük pedig teljesen elfogadhatatlannak a meg nem nevezett személyre való hivatkozást.

„Ha egy újság hiteles, az olvasók elhiszik, hogy megbízható a meg nem nevezett forrás, s alapos indoka van arra, hogy neve elhallgatását kérje. Persze csak akkor lehet rá támaszkodni, ha az újságíró bizalma teljesen megvan a forrás iránt”

- mondta Kovács Zoltán, az *Élet és Irodalom* főszerkesztője. Ellenkezőleg látja ezt a *Figyelő* főszerkesztője, aki szerint inkább kerülni vagy kiegészítőként kellene használni nevüket nem vállaló forrásokat, míg a *HVG* főszerkesztőjével előfordult: azért adott vissza egy egyébként jól megírt cikket, mert túl sok névtelen hivatkozás volt benne.

Hasonlóan megosztó módszer a rejtett eszközök - diktafon, kamera - használata, amelyet például fogyasztóvédelmi ügyekben vagy próbavásárlások kapcsán tartanak hasznos és alkalmazandó módszernek a főszerkesztők. „Fontos, hogy olyan jelentős súlyú legyen a leleplezett visszaélés vagy jogsértés, hogy legitimálja a kivételes eszköz bevetését” - tágitotta a módszer hatókörét Weyer Balázs, az *Origo* főszerkesztője pár olyan példával, mint például a Parlamentben tiltott helyen dohányzó képviselők lefilmezése. A „megtévesztő technikák” közé sorolt álruha használata szintén polarizál: a kérdezettek 35 százaléka tartja teljesen elfogadhatónak, negyedük pedig elutasítandónak a módszert. Az előbbieik közé tartozik dr. Árpási Zoltán, aki megyei napilap főszerkesztőjeként más akadályát látja az álruhás újságírásnak.

„Egy megyei lap munkatársa nehezebben tud álruhás módszerrel anyagot gyűjteni. Az egyik kollégám egyszer jelentkezett, hogy a következő cikkéhez koldusnak öltözne, de ezt végül is nem tudta megtenni Kaposváron, mert itt az emberek felismerik a helyi újságírókat”

- számolt be a kísérletről a lap vezetője.

Szinte alig akadt olyan főszerkesztő, aki teljesen elfogadhatónak gondolta volna, hogy lapja valamilyen információért fizessen; a válaszadók kétötöde pedig kifejezetten elfogadhatatlannak tartja ezt.<sup>6</sup> Az interjúk során azonban kiderült: nem eszik olyan forrón a kását. „Iparszerűen nem szabad ezt csinálni, de bevallom, a *HVG* történetében is volt olyan, hogy pénzt fizettünk az informátornak” - számolt be egy ilyen esetről Réti Pál. Hasonló véleményen van az *Élet és Irodalom* főszerkesztője is, aki belátja, hogy az információvásárlás vitatott a szakmában; de szerinte ez indokolt esetben elfogadható:

„Mi például az olajüggyekkel kapcsolatban 2001-ben már vettünk információt pénzért: 70-100 ezer forintot fizettünk 15 levélért, amelyek olyan információkat tartalmaztak, amelyeket máshogy tényleg nem tudtunk volna megszerezni.”

Habár az információvásárlást több főszerkesztő is a „bulvárlapok bevett módszerének” nevezte, Frank Róbert, a *Bors* felelős szerkesztője elfogadhatatlannak tartja ezt az információszerzési megoldást. Az országos bulvárnapi lap egyik vezetője gyakoribb esetnek látja, hogy egy közszereplő fizet azért, hogy valamilyen információ megjelenjen. „Van arra példa, hogy egy közéleti ember, egy politikus átalányban fizet az újságírónak azért, hogy mit írjon le, vagy azért, hogy rakjon be egy nyaralós-fürdőgatyás képet például” - helyezte másfajta megvilágításba a kérdéskört Frank.

2. táblázat. Különböző információszerzési módszerek elfogadottsága a magyar főszerkesztők körében (N=23)<sup>7</sup>; százalék

	Egyáltalán nem elfogadható	Indokolt esetben elfogadható	Teljesen elfogadható
Nyomásgyakorlás informátorra	0	9	91

Állásba kerülni egy céghez belső információért	22	43	35
Álruha használata	26	39	35
Névtelen forrás használata	17	57	26
Az újságíró másvalakinek adja ki magát	17	57	26
Rejtett eszközök: mikrofon, kamera használata	22	61	17
Üzleti, kormányzati iratok engedély nélküli használata	22	65	13
Információért pénzt fizetni	43	52	4
Személyes iratok engedély nélküli használata	74	22	4
Informátor kiadása	100	0	0

## Az őrkutyától a nép hangjáig

Nem elhanyagolható kérdés az sem, hogy munkájuk végzése közben az újságírók a média számos lehetséges szerepe közül épp melyeket tartják fontosnak. Ami az amerikai újságírókat illeti, a legfontosabb számukra a kormányzat ellenőrzése, valamint a gyors információszolgáltatás; s legkevésbé a politikai közbeszéd meghatározása motiválja őket. A már többször említett kutatás harminc éve alatt azonban számos dolog változott: például a gyors információszolgáltatást az új évezredben tíz százalékkal kevesebben gondolták fontos feladatnak, mint az 1990-es évek kezdetén. Mindemellett az amerikai újságírók számára már messze nem olyan fontos a lehető legszélesebb réteg megszólítása: míg az 1970-es években a válaszadó újságírók mintegy 40 százaléka gondolta ezt fontos funkciónak, addig a hasonló véleményen lévők aránya 2002-re 15 százalékra apadt (lásd a 3. táblázatot).

3. táblázat. A média lehetséges szerepeinek fontossága az amerikai újságírók körében; a nagyon fontos válaszlehetőséget bejelölők aránya, százalék

	1982 (N=1001)	1992 (N=1156)	2002 (N=1149)
Kormányzat ellenőrzése	66	67	71
Gyors információszolgáltatás	60	69	59
Hamis tények közlésének elkerülése	50	49	52
Összetett problémák elemzése	49	48	51
Külpolitikai ügyek megvitatása	n. a.	n. a.	48
Belpolitikai ügyek megvitatása	38	39	40
Teret adni emberek véleményének	n. a.	48	39
Mozgósítás	n. a.	n. a.	39
Megoldások felkínálása	n. a.	n. a.	24
Kormányzat bírálata	20	21	20
Üzleti világ bírálata	15	14	18
Intellektuális/kulturális értékek előállítása	24	18	17
Minél szélesebb rétegek kiszolgálása	36	20	15
Szórakoztatás	20	14	11
Politikai közbeszéd tematizálása	n. a.	5	3

Az újságírók szerepének percepciója – amint a táblázatból is látható – nagyobb változáson ment keresztül az Egyesült Államokban a felmérés kezdete óta, ami ugyanúgy köszönhető a történelmi, társadalmi változásoknak, mint a médiapiacion végbement átalakulásoknak, egy új médium – az internet – megjelenésének. Az egyes szerepfelfogásoknak tulajdonított fontosság együttjárásai alapján a kutatók mindhárom adatfelvétel alkalmával igyekeztek elkülöníteni bizonyos funkciócsoportokat. Faktoranalízis segítségével négyféle funkciót különítettek el: interpretatív, hírterjesztő, bíráló és mozgósító funkciókat, melyek közül természetesen akár többet is a magáénak érezhet egy újságíró. A legerősebben támogatott funkció – így volt már az 1980-as években is – az amerikai újságírók körében az interpretatív,<sup>8</sup> amely a hírterjesztő<sup>9</sup> funkció rovására erősödött tovább a szakmában. Emellett a bíráló<sup>10</sup> funkció csak kevesek attitűdje továbbra is; az 1990-es években új funkcióként jelentkező mozgósító<sup>11</sup> – amelyre Weaver és munkatársai szerint inkább a *public (vagy civic) journalism*<sup>12</sup> elnevezés illik jobban – pedig tovább erősödött, noha ezt az attitűdöt is kevesebben vallják a magukénak.

Az itthoni újságírói szerepfelfogás tekintetében (is) a rendszerváltás után – a bulvárújságírás újraéledése mellett – három iskola vetélkedett egymással. Noha a rendszerváltás után megmaradtak még a szovjet iskolára utaló, a mindenkori kormányzat kiszolgálását prioritásnak tekintő szerepfelfogások, az 1990-es években mégis inkább az európai és az angolszász iskola hódított teret.<sup>13</sup> Az előbbinek pár éves hagyománya volt Magyarországon – a második világháború után, különösen 1945 és 1949 között –, míg az utóbbinak alig-alig, így többek közt a tömegkommunikáció globalizációja révén kezdett el ez a fajta újságírás viszonylag gyorsan terjedni (Bajomi-Lázár, 2003). Erre utal egyebek közt az is, hogy a magyar főszerkesztők – a történelmi távolságok ellenére – hasonlítanak a tengerentúli munkatársaikra, amennyiben az újságírás legfontosabb funkcióinak rangsora egyezőnek bizonyult<sup>14</sup> (lásd a 4. táblázatot). Számukra is a kormányzat ellenőrzése, a gyors információszolgáltatás és a hamis tények közlésének elkerülése az első három legfontosabb újságírói funkció. Emellett természetesen kisebb-nagyobb különbségek is fellelhetők. A legszembevetőbb különbség a média mozgósító, motiváló funkciójának megítélésében

van: az amerikai újságírók mintegy 40 százaléka tartja ezt munkájában nagyon fontosnak, míg a magyar főszerkesztőknek – talán a történelmi tapasztalatok miatt – csak négy százaléka gondolja ugyanezt.

4. táblázat. A média lehetséges szerepeinek fontossága az amerikai újságírók és a magyar főszerkesztők körében; nagyon fontos válaszlehetőséget bejelölők aránya, százalék

	Magyar főszerkesztők, 2007 (N=23)	Amerikai újságírók, 2002 (N=1149)
Kormányzat ellenőrzése	91	71
Gyors információszolgáltatás	78	59
Hamis tények közlésének elkerülése	74	52
Összetett problémák elemzése	65	51
Demokrácia erősítése	61	n. a.
Megoldások felkínálása	39	24
Belpolitikai ügyek megvitatása	35	40
Teret adni emberek véleményének	30	39
Külpolitikai ügyek megvitatása	26	48
Szórakoztatás	26	11
Intellektuális/kulturális értékek előállítása	22	17
Minél szélesebb rétegek kiszolgálása	22	15
Politikai közbeszéd tematizálása	13	3
Kormányzat bírálata	13	20
Üzleti világ bírálata	9	18
Mozgósítás	4	39

Ugyanakkor nemcsak az amerikai és magyar főszerkesztők percepciója tér el pár kérdésben, hanem az országos hatókörű lapokat és a megyei napilapokat vezető újságíróké is (lásd az 5. táblázatot). Az előbbi orgánumok vezetői nagyobb arányban tartják a média fontos feladatának a kormányzat ellenőrzését, az üzleti világ bírálatát és az összetettebb problémák elemzését, mint a megyei napilapoknál dolgozók, míg az utóbbiak fontosabbnak találják a sajtó megoldást kínáló szerepét. Mindemellett a regionális lapok vezetői közül jóval kevesebben utasítják el a média mozgósító szerepét, mint az országos lapok vezetői.

5. táblázat. A média funkcióinak rangsora, és annak eltérései országos hatókörű médiumok és megyei napilapok főszerkesztőinek körében (toplista az adott lehetőségre „nagyon fontos” választ adók aránya alapján)

Országos hatókörű médiumok főszerkesztői (N=14)	Magyarországi főszerkesztői (N=9)
1. Kormányzat ellenőrzése	1. Kormányzat ellenőrzése
2. Összetett problémák elemzése	2. Gyors információszolgáltatás
3. Gyors információszolgáltatás	3. Hamis tények közlésének elkerülése
4. Hamis tények közlésének elkerülése	4. Megoldások felkínálása
5. Demokrácia erősítése	5. Demokrácia erősítése
6. Belpolitikai ügyek megvitatása	6. Összetett problémák elemzése
7. Külpolitikai ügyek megvitatása	7. Minél szélesebb rétegek kiszolgálása
8. Intellektuális/kulturális értékek előállítása	8. Teret adni emberek véleményének
9. Szórakoztatás	9. Belpolitikai ügyek megvitatása
10. Teret adni emberek véleményének	10. Szórakoztatás
11. Politikai közbeszéd tematizálása	11. Intellektuális/kulturális értékek előállítása
12. Megoldások felkínálása	12. Kormányzat bírálata
13. Kormányzat bírálata	13. Mozgósítás
14. Üzleti világ bírálata	14. Külpolitikai ügyek megvitatása
15. Minél szélesebb rétegek kiszolgálása	15. Üzleti világ bírálata
16. Mozgósítás	16. Politikai közbeszéd tematizálása

## Vajon mit akarhat a nép?

Manapság már nem ismeretlen tény, hogy a közönség – jó ideje – megvonta bizalmát az újságíróktól: úgy Magyarországon, mint számos európai országban vagy az Egyesült Államokban (Hermann & Wild, 2007). Egyebek között ez utóbbi ország újságírói és kutatói jó pár éve próbálják megérteni a bizalmatlanság okait: több kutatás is arra a konklúzióra jutott, hogy az amerikai újságírók nincsenek igazán kapcsolatban a saját közönségükkel, <sup>15</sup> egy majdnem tíz évvel ezelőtt – 1999- ben – született felmérésből pedig kiderült: az amerikaiak szerint a média nem pusztán a tényeket közvetíti, hanem inkább tovább bonyolítja az eseményeket, élezi az ellentéteket (Pew, 1999). A közönség elégedetlensége, illetve az automatikusan felmerülő kérdés – mit vár el a közönség? – között még van egy megvizsgálandó elem: vajon az újságírók mit gondolnak arról, mit vár el a közönség tőlük, s a számukra fontos funkció vajon mennyire fontos olvasóiknak. A Soma Alapítvány kutatása során megkérte a válaszadókat: értékeljék

a felsorolt lehetséges médiafunkciókat aszerint, hogy szerintük ezek mennyire fontosak a közönségnek.

Percepciójuk szerint a közönség számára a kormányzat ellenőrzése és a gyors információszolgáltatás a szereprangsor élén helyezkedik el, bár fordított sorrendben, mint azt saját magukra nézve tartják fontosnak (lásd a 6. táblázatot). Ezen túlmenően azonban a főszerkesztők 68 százaléka gondolja, hogy az olvasóknak nagyon fontos a szórakoztatás, míg újságírói funkcióként csak negyedük tartotta kiemelkedően fontosnak. Hasonlóképp: a főszerkesztők szerint a közönségnek fontosabb, hogy teret adjon a média az emberek véleményének, valamint hogy minél szélesebb rétegeket szolgáljon ki. Szakadék méretű különbség van abban, ahogy a főszerkesztők az összetett problémák elemzésének újságírói funkcióját értékelték: kétharmaduk tartja ezt szakmailag nagyon fontosnak, míg csak negyedük gondolja, hogy ez a közönségnek is nagyon fontos. Szintén a főszerkesztők számára tűnik fontosabbnak a külpolitikai ügyek megvitatása, az intellektuális/kulturális értékteremtés médiabeli folyamata, illetve az, hogy a média elkerülje a hamis tények közlését.

6. táblázat. A média funkcionak fontossága főszerkesztők körében; az adott lehetőségre „nagyon fontos” választ adók aránya, százalék

	Főszerkesztők 2007 (N=23)	A főszerkesztők szerint a közönségnek fontos 2007 (N=23)
Kormányzat ellenőrzése	91	73
Gyors információszolgáltatás	78	82
Hamis tények közlésének elkerülése	74	50
Összetett problémák elemzése	65	23
Demokrácia erősítése	61	23
Megoldások felkínálása	39	41
Belpolitikai ügyek megvitatása	35	32
Teret adni emberek véleményének	30	52
Külpolitikai ügyek megvitatása	26	0
Szórakoztatás	26	68
Intellektuális/kulturális értékek előállítása	22	5
Minél szélesebb rétegek kiszolgálása	22	50
Politikai közbeszéd tematizálása	13	5
Kormányzat bírálata	13	9
Üzleti világ bírálata	9	9
Mozgósítás	4	9

## A köz térhódítása?

Az 1990-es években újtára indult *public journalism* terjedésével – mely trend egyik lényeges eleme a közönség problémáinak, véleményeinek közvetítése, az „utca embere” hangjának tolmácsolása a különböző döntéshozóké, üzletembereké mellett – az amerikai újságírók körében egyre fontosabbá vált, hogy minél nagyobb teret engedjenek az emberek véleményének, különböző szintig bevonják őket az újságírói munkába. Ennek megfelelően az amerikai újságírók közel 40 százaléka gondolja úgy, hogy a média szerepében nagyon fontos elem teret adni az emberek véleményének. E kérdésben a magyar főszerkesztők véleménye viszonylag közel áll hozzájuk: a hazai válaszadók 30 százaléka látta ezt fontos funkcionak. A különbség itt is a közönség percepciójában van. A főszerkesztők 52 százaléka véli úgy: az olvasók számára nagyon fontos, hogy a média teret adjon véleményüknek. Egyebek közt ezért is érdekes, hogy a nyomtatott sajtó képviselői miként látják: a civil újságírás – azaz egyebek közt a nem professzionális, főleg a tematikus blogokon folyó publikálás – mennyiben befolyásolja a professzionális újságírást. Az érintettek véleménye egy ponton egyezik ebben a kérdésben: negatívumként említették, hogy a civil újságírás hatására egyre több lesz a médiában keringő ellenőrizetlen információ. Ezen túlmenően azonban a kisebbség gondolja csak úgy, hogy az új műfaj nem lesz hatással a professzionális újságírást, amit azzal indokolnak, hogy a civilek nem ismerik a szakma szabályait. A többség azonban úgy véli, hogy a civil újságírók révén erősödik a publicisztikai és az elemzői műfaj, valamint számos új téma kerülhet be a média fősodrába.

Az újságírói prioritásokat, a közönség prioritásainak percepcióját, a közönség újságírókkal/médiával szembeni bizalmatlanságát, valamint a „köz” médián belüli viszonylagos térhódításának trendjeit egyszerre figyelembe véve lehet (újra) elmerengeni azon az örök kérdésen, hogy az újságíró/szerkesztő mennyire számítsa bele a cikkírásba/szerkesztésbe azt, hogy szerinte mit akarhat – illetve kutatási adatok szerint mit akar – a közönség, és ő maga mit tart fontosnak közölni. Mindenesetre a már említett majdnem egy évtizedes kutatás adatai szerint az országos hatókörű amerikai médiumnál dolgozó újságírók alig harmada gondolta, hogy íráskor/szerkesztéskor nagy arányban kell figyelembe venni a közönség érdeklődését, míg a helyi lapok esetében ez az arány 46 százalék volt (Pew, 1999). Ugyanakkor a jelenlegi folyamatokat szemlélve az újságírói elefántcsonttorony leomlásának és az egyre inkább bevonódó közönség trendjének lehetünk tanúi. Ezzel párhuzamosan pedig (tovább) változhat az újságírók szerepkészlete is: az is, amit a maguk számára tartanak fontosnak, és az is, amit a közönség elvár tőlük.

## Irodalom

Bajomi-Lázár Péter (2003): Az objektivitásdoktrína nyomában. *Médiakutató*, nyár.

Chalaby, Jean K. (2004): Scandal and the rise of investigative reporting in France. *American Behavioral Scientist*, May.

Hermann Irén & Wild Judit (2007): Betegség vagy állapot? Kvalitatív kutatás a magyarországi újságírás problémáiról. *Médiakutató*, tavasz.

Pew Research Center For The People and The Press (1999) Striking the Balance, Audience Interests, Business Pressures and Journalists' Values, <http://people-press.org/reports/display.php3?ReportID=67> (utolsó letöltés: 2008. III. 19.).

Pew Research Center For The People and The Press (2004) Survey of Journalists, <http://people-press.org/reports/display.php3?ReportID=214> (utolsó letöltés: 2008. III. 19.).

Vásárhelyi Mária (2007): *Foglalkozása: újságíró*. Budapest: Magyar Újságírók Országos Szövetsége.

Weaver, David H. & Beam, Randal A. & Brownlee, Bonnie J. & Voakes, Paul S. & Wilhoit G. Cleveland (2007): *The American Journalist in the 21st Century*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

## Lábjegyzetek

1

A Soma Alapítvány 2007 novemberében és decemberében végzett két részből álló kvalitatív kutatást. A kutatás első részében önkitalöltős kérdőívvel kerestük meg a következő szerkesztőségek főszerkesztőit, főszerkesztő-helyetteseit, akik közül 23 személy válaszolt 25 médium képviseletében. Az országos hatókörű médiumok közül a következő főszerkesztői töltötték ki a kérdőívet: *Blikk*, *Bors*, *Élet és Irodalom*, *Figyelő*, *Heti Válasz*, *Hírszerző.hu*, *HVG*, *Index.hu*, *Magyar Narancs*, *Metro (Metropol)*, *Napi Gazdaság*, *Népszabadság*, *Origo.hu*, *Világgazdaság*. A megyei napilapok főszerkesztői közül: *24 óra*, *Déli Hírlap*, *Észak-Magyarország*, *Hajdú-Bihari Napló*, *Heves Megyei Hírlap*, *Kelet-Magyarország*, *Napló*, *Petőfi népe*, *Somogyi Hírlap*, *Új Néplap*, *Vas Népe*. A kutatás második részében az alapítvány mélyinterjúkat készített néhány médium vezetőjével: Árpási Zoltánnal – *Somogyi Hírlap*, főszerkesztő; Frank Róberttel – *Bors*, felelős szerkesztő; Kovács Zoltánnal – *Élet és Irodalom*, főszerkesztő; Martin József Péterrel – *Figyelő*, főszerkesztő; Réti Pállal – *HVG*, főszerkesztő; Tevan Imrével – *Index.hu*, főszerkesztő-helyettes; Vörös T. Károllyal – *Népszabadság*, főszerkesztő és Weyer Balázssal – *Origo*, főszerkesztő.

2

Hasonló gondokkal küzd a tényfeltáró újságírás mint műfaj az olyan, a demokratikus államberendezkedésben jártasabb országban is, mint például Franciaország. Jean K. Chalaby (2004), brit szociológus szerint egyebek mellett a meghatározó irodalmi háttér, a műsorszolgáltatás 1982-ig tartó állami monopóliuma, az újságkiadás túlszabályozottsága, valamint az újságírók és a politikusok közti összefonódások miatt a franciaországi tényfeltáró újságírás csak az 1980-as évektől kezdett fejlődni.

3

Sághy Erna: Rozsdaövezet. *HVG*, 2007. október 11.

4

Érdekes, hogy az amerikai újságírók megengedőbbek e módszerrel kapcsolatban: a válaszadók 41 százaléka nem talált kivetnivalót a titkos kormányzati és/vagy üzleti dokumentumok használatában.

5

Az amerikai újságírók körében valamivel elfogadottabb a „dokumentum-újságírás”: az ott megkérdezettek 78 százaléka tartja elfogadhatónak a titkos dokumentumok használatát.

6

Hasonló eredményt kapott Vásárhelyi Mária is, aki legfrissebb, a magyar újságírókat reprezentáló kutatásában foglalkozott a különböző információszerzési módszerek elfogadottságával. Eszerint a válaszadó újságírók 43 százaléka tartja teljesen elfogadhatatlannak azt, hogy egy újságíró pénzt fizessen az informátorainak (Vásárhelyi, 2007).

7

D. H. Weaver és munkatársai (2007) kérdőíve alapján.

8

Jellemzői: kormányzat ellenőrzése, összetettebb témák elemzése, belpolitikai és külpolitikai témák megvitatása.

9

Jellemzői: gyors információszolgáltatás, hamis tények közlésének elkerülése, a lehető legszélesebb közönség kiszolgálása, szórakoztatás.

10

Jellemzői: kormányzat bírálata, üzleti világ bírálata.

11

Jellemzői: teret adni emberek véleményének, intellektuális/kulturális értékek előállítására, politikai közbeszéd tematizálása, mozgósítás, megoldások felkínálása.

12

A *public journalism* (vagy *civic journalism*, magyar fordításban köz- vagy polgári újságírás) irányzat az 1990-es években indult útjára, és máig nagy vitákat vált ki azzal, hogy célja a közönség bevonása, a „nép hangjának”, igényeinek beemelése az újságírás fősodrába, az „egyszerű” emberek szempontjából való megközelítés, megszólaltatás.

13

Az európai újságírói iskola képviselői az általuk jónak gondolt eszme képviseletében lépnek fel, ám nem

kérdőjelezzik meg a vélemények sokszínűségének lehetőségét és a szólás szabadságát. Az angolszász újságírói iskola képviselői a jelenségek tárgyilagos leírására, az eltérő vélemények átfogó bemutatására törekednek.

14

A magyar főszerkesztők körében készített kutatásban az alacsony elemszám miatt nem volt mód faktoranalízis elvégzésére.

15

A „kapcsolatvesztés” tényével egyébként az amerikai újságírók is egyetértenek: egy, a Pew Research Center For The People And The Press kutatóintézet 1999-es kutatásban részt vevő, országos hatókörű médium újságíróinak mintegy fele értett egyet ezzel a kijelentéssel (Pew, 1999).



Állásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

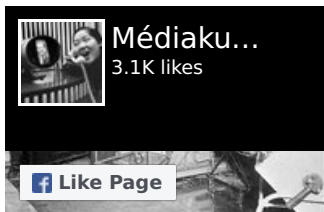
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)









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

## Médiakutató 2008 tél

### Magyarország

[Galambos Márton:](#)

# A német kiadók és a magyarországi újságírás

**Volt-e hatásuk az elmúlt 18 évben az újságírói munka minőségére a magyar sajtóban domináns német kiadótulajdonosoknak?**

A német lapkiadók jelenlétének Magyarországon 1990 óta alig kimutatható közvetlen hatása volt az újságírói munka minőségére és az újságírói kultúrára, pedig lapjaik tartalmi részén kívül minden területen - a nyomtatás, a terjesztés és a hirdetésértékesítés terén - igyekeztek saját szakmai standardjaikat és módszereiket meghonosítani. A német kiadói vezetők részint félték, hogy „gyarmatosítónak” tekinthetik őket, és tartózkodtak a szerkesztőség munkájának befolyásolásától, részint cégeik eredményességében és nem az előállított lapok tartalmi színvonalában voltak érdekeltek. A magyar újságíróelit eközben nem szorgalmazta, sokkal inkább hátrította a tulajdonostól (illetve az annak németországi kiadójánál dolgozó újságíróktól) érkező javaslatokat. A rendszerváltás utáni Magyarországon, ahol az újságírásnak alig voltak demokratikus hagyományai, a német kiadók tulajdonosai nem járultak hozzá az újságírói kultúra fejlődéséhez. Ugyanakkor igaz, hogy biztosították lapjaik hatékony üzleti működését, ami stabil gazdasági hátteret adott az újságírói munkának.

## 1. Mit tettek a minőségi újságírásért?

A magyar szerkesztőségek munkája, az újságírói kultúra és szerepfelfogás, illetve az újságírói munka minősége annak ellenére sem vált a nyugat-európaihoz hasonló színvonalúvá az elmúlt 18 évben, hogy a médiapiac nagy része külföldi, meghatározó részben német tulajdonban van. Magyarország legnagyobb kiadócsoportja az Axel Springer Budapest és Magyarország, amely kilenc megyei napilapot és a *Világgazdaság* című országos gazdasági napilapot adja ki, valamint számtalan magazin tulajdonosa. A Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) szintén a megyei lapok piacán erős - öt lap tartozik hozzá -, ezenkívül a HVG többségi tulajdonosa. A Bertelsmann 1989-től 2001-ig volt a *Népszabadság* kisebbségi, majd többségi tulajdonosa, amíg el nem adta a svájci Ringier kiadónak. Rajtuk kívül a Spiegel kiadó is próbálkozott a *Manager Magazin* meghonosításával Magyarországon.

Amíg más iparágakban megfigyelhető, hogy a nyugat-európai vagy az amerikai beruházások a hazai szakmai színvonal nyugati standardokhoz való igazításával jártak, addig ez az újságírás területén nem volt igaz. A külföldi befektetők nem tudtak vagy nem akartak figyelmet fordítani arra, hogy a megvásárolt lapok tartalmi színvonalát is a saját kiadójuk otthoni színvonalához emeljék, szerkesztőségi elvárásaikat, módszereiket és megfigyeléseiket meghonosítsák. A német kiadók magyarországi tevékenysége az újságírás területén ezért a pénzügyi befektetőkre jellemző piaci viselkedést mutatja, és nem - mint a nyomtatás, a hirdetésértékesítés vagy a terjesztés területén - a tapasztalt szakmai befektetőkét.

A Freie Universität Berlin European Journalism-Fellowships programja keretében arra a kérdésre kerestem választ: a sajtó területén mi akadályozta meg a német kiadókat abban, hogy termékeik tartalmi részére is hatással legyenek? A Németországban és Magyarországon felkeresett kiadóvezetőkkel és főszerkesztőkkel készített 24 interjú során megkíséreltem feltérképezni, hogy az elmúlt 18 év kihagyott lehetőségének látszó folyamatért mekkora felelősség terheli a magyar újságíróelitet és mekkora a német kiadó döntéshozóit. A magyarországi interjúk meghatározó részét 2008 márciusában vettem fel, a németországiakat főként májusban és júniusban; az interjúk általában 40 és 120 perc közöttiek voltak.

## 2. Bertelsmann, Gruner+Jahr - Népszabadság: a bizalmatlanság krónikája

Hiába tartozott Németország legnagyobb médiakonzernjéhez a *Népszabadság* a rendszerváltástól egészen 2001-ig, a médiavállalatnak szinte semmilyen befolyása nem volt a szerkesztőség ügyeire: információ-, ismeret- vagy tapasztalatcsere nem történt a kiadóhoz tartozó németországi és magyarországi szerkesztőségek között. A Bertelsmann és később a Gruner+Jahr (G+J) befolyása a szigorúan technikai, kiadói ügyekre korlátozódott. Mindennek a főszerkesztőkkel és kiadóvezetőkkel folytatott interjúk szerint több oka volt.

A szerkesztőség végtelenül bizalmatlan volt a kiadói oldallal szemben. A lap privatizálásakor kialakított erős szerkesztőségi jogosítványok hamar a fejlődés gátjává váltak, és ezáltal a német tulajdonosnak is kedvét vették a fejlesztésektől, a leginkább akkor, amikor még kisebbségi tulajdonos volt a Népszabadság Rt.-n belül. Eközben a magyar szerkesztőség és kiadóvezetőség oldaláról érkező javaslatok, kezdeményezések és fejlesztések elvesztek a nemzetközi nagyvállalat döntéshozatali gépezetében, és ez később a magyar vezetőség és szerkesztőség keserűségét okozta. Az esetleges tanulmányutaknak, tanfolyamoknak, tapasztalatcseréknek nyelvi akadályai is voltak.

## 2.1. Az egymásra találás időszaka

A *Népszabadság* szerkesztőségének 1989-ben jól körülhatárolható céljai voltak egy külföldi tulajdonos bevonásával: gazdasági biztonságot és politikai függetlenséget kívántak biztosítani maguknak. A szerkesztőség önmagát a reformok és a változások alakítóinak, részesének látta, és meg akart szabadulni a teherré vált MSZMP-háttértől. Ebben a legnagyobb országos napilap nem különbözött a legtöbb magyar napi-, heti- vagy havilaptól, hiszen valamilyen formában a legtöbbjükre befolyása volt az MSZMP-nek, igaz, a *Népszabadság* a párt központi lapja, tehát kimondottan pártlap volt. A cél, amelyet Eötvös Pál főszerkesztő és szűkebb csapata (Breitner Miklós, Lengyel N. László, Tamás Ervin, Kun Tibor és Zala István) el akart érni, az volt, hogy egy külföldi, tőkeerős kiadó bevonásával egyértelművé váljon: a *Népszabadság* nem lehet prédája semelyik új demokratikus pártnak, az új kormánynak vagy valamilyen formálódó gazdasági érdekcsoportnak.

A privatizációt, illetve a megfelelő külföldi partner megtalálását – saját elmondása szerint – Eötvös maga szervezte. A mára már legendássá váló történet szerint már az aláírási ceremóniára utazott ki Németországba egy kis, vidéki kiadóhoz szolgálati Ladájával, de ezelőtt még elment Güterslohba, a Bertelsmann központi irodájába. A cég nyomdai, ipari részlegének a vezetője, Gunter Thielen – aki később a Bertelsmann vezetője lett – korábban járt már Magyarországon, és tárgyalt a *Népszabadsághoz* tartozó tévéújság megalapításáról, innen már ismerték egymást. Thielen a teljes lap akkor még nem érdekelt, de a spontán látogatás alkalmával igent mondott rá, így Eötvös a jól előkészített aláírási ceremóniára már csak a lemondás kedvéért ment el.

A dolgozat alapkérdése szempontjából mindez kevésbé lényeges, mégis jól mutatja: a Bertelsmann részéről hirtelen jött döntés volt, hogy beszáll egy volt pártlapba, a *Népszabadság* oldaláról pedig egy hosszú befektetőkeresési folyamat végére tett megnyugtató pontot a szerződés.

A Bertelsmann nyomdai részlege ekkoriban alapvetően a nürnbergi mélynyomó nyomda kapacitásának kihasználása miatt ment bele az üzletbe. Legalábbis így értelmezte az eseményeket a Bertelsmannon belül a Gruner+Jahr kiadóhoz tartozó Martin Stahel. „A Bertelsmann nem újságírói, tartalmi alapon döntött, hanem nyomdai szempontból. Ők akarták nyomtatni a *Népszabadság* mellé befűzött tévéújságot” – mondta a G+J újságrészlegének korábbi vezetője. Gunther Thielen sem csinált titkot abból, hogy a szerkesztőségi jogosítványokhoz nem szolt különösebben hozzá: „A magyarok maguk írták meg a szerkesztőségi statútumot.” Így tehát a Kun Tibor vezetésével létrejött statútumot és a szerkesztőségi aranyrészvény létezését az új tulajdonos kifogások nélkül elfogadta.

A *Népszabadság* szerkesztősége számára pedig nem kellett sok időnek eltelnie, hogy kiderüljön: megérte külföldi háttérrel szereznie. Eötvös és Lengyel L. László is – aki éveken át a *Népszabadság* ügyvezető igazgatója volt – beszámolt arról, hogy az Antall-kormány idején többször is megpróbálták a *Népszabadságot* megszerezni, amit a G+J-nál is megerősítettek. Az elmondások alapján a kormány maga is szívesen visszavásárolta volna a legnagyobb napilapot, vagy támogatta volna, hogy egy általa favorizált külföldi befektető vegye át az újságot. Ezeket a – szerkesztőség szemszögéből – támadásokat a Bertelsmann háttérével sikerült visszaverni.

Az újságírók ennek ellenére alapvetően bizalmatlanok voltak a külföldi befektetőkkel, így részben a Bertelsmannnal szemben is. Jól mutatja ezt az a történet is, amelyet Vörös T. Károly jelenlegi főszerkesztő, akkori kultúrarovat-vezető mesélt. Valamikor 1990-ben történt (a pontos dátumra nem emlékezett), hogy német szakértők előadást tartottak a *Népszabadság* újságíróinak:

„Idejöttek magukat a lapkészítésben szakértőnek gondoló emberek, és azt gondolták, hogy valahol egy rettenetes elmaradott világban élő kollégákkal találkozhatnak, akik a betűt sem nagyon ismerik, tehát meg kell őket tanítani az alapokra. Ezt eléggé zokon vettük, és kiröhögtük az előadókat. Alapvető dolgokat akartak itt eladni nekünk, gondolom, jó napidíjért. Tehát ez volt a kezdetek kezdetén.”

## 2.2. Az első négy év

Az új tulajdonos megjelenése utáni első évek mind a Bertelsmann, mind a *Népszabadság* számára döntő változásokat hoztak. A német kiadón belül belső harcok zárultak le, aminek a *Népszabadságra* is hatása volt, és átkerült a Bertelsmann nyomdai részlegétől a magazinokat és az 1990-es években napilapokat is kezelő Gruner+Jahrhoz.

Eközben a *Népszabadságnál* – ahogy Vörös T. Károly fogalmazott –:

„...a szerkesztőség élte a saját életét, el volt foglalva az önmaga felszabadításával. Egy jellegzetes szabadságharcot kellett megvívnia. Át kellett törnünk azt a fajta izoláltságot, amiben 1989-től 1993-ig voltunk. 1989-ben az Esterházy még azt mondta, hogy »dicsérjen meg téged a *Népszabadság*«, ami akkoriban egy szitok volt. Ehhez képest 1993-ban már írt a karácsonyi számba. Akkor fogalmazott úgy, hogy »már csak az az egy baj van vele, hogy *Népszabadságnak* hívják«. Ezek nagyon-nagyon kemény évek voltak.”

A szerkesztőség mindennapjait ugyan nem érintette, de Eötvös Pálon keresztül azért arról is tudomást szereztek, hogy miközben ők új identitásukat keresték, az akkoriban elnök-főszerkesztő többek között az Antall-kormány visszavásárlási kísérletei ellen küzdött. Mindezt Eötvös a leginkább maga intézte, amit később az utódok valamennyire a szemére is vetettek. Vörös T. Károly például saját elmondása szerint ezekkel a szavakkal vette át a főszerkesztőséget:

„2004. február 11-én este Eötvös Pál távozott a szerkesztőségből, ezzel véget ért a szocializmus. Tudniillik Pali hermetikusan zárt, nem engedett be se pozitív, se negatív hatásokat a szerkesztőségbe. Ő a saját küzdelmét vívta, és nem engedte ránk ezeket a problémákat. Ennek következtében mi lapítottunk, a szónak abban az értelmében, hogy örültünk annak, hogy nem kell ezekkel foglalkozni. Örültünk, hogy ki vagyunk ebből hagyva. Eléggé kiskorúan viselkedtünk, én magam is. Amikor a Pali elment, akkor szabályosan egy olyan helyzet alakult ki, mint amikor valaki elveszti az apját – ezt így élte át a szerkesztőség. Ennek – most utólag mondom így – rengeteg hátránya volt.”

Mindezt mások is megerősítették, többek között Tamás Ervin főszerkesztő-helyettes is. Ő úgy fogalmazott, hogy „mindannyian Pali óriási háta mögött voltunk”, vagy máskor: „szakmai értelemben nekem ő az apám”.

Ezt a német kiadói oldalról is észrevették. „Eötvös elzárta előlünk a szerkesztőségbe vezető utat” – mondta Martin Stahel. Michael Rzesnitsek, a kelet-európai lapokért felelős G+J-vezető már kritikusabban fogalmazott:

„Volt egy olyan felügyelőbizottsági ülés, amelyen arra kértük Eötvöst, hogy mutasson be nekünk öt fiatal rovatvezetőt, akit utánpótlásnak tekint. Hagyja, hogy ezek az emberek bemutatkozzanak, ez jó nekik is és nekünk is. De ettől ő félt.”

Eötvös ezzel kapcsolatban úgy nyilatkozott: a szerkesztőség munkája nem az, hogy a tulajdonosokkal kapcsolatot tartson:

„Ez adott a szerkesztőségnek függetlenséget. A politikai alkukat az én szuverenitásra és autoritásra törekvő kollégáimnak kellett volna kezelni? Totális védelmet élveztek. [...] Az igaz, hogy felkészületlenül érte őket, amikor eljöttem. [...] Nem avattam be őket mindenbe, és amikor eljöttem, tettek nekem szemrehányást. [...] De ez nem egy teammunka. Ez egy személyiségnek [a feladata – G. M.], aki ezt az egészet vállalja.”

Ez azonban nem jelentette azt, hogy a függetlenség folyamatos védelmének ne lett volna szerepe a *Népszabadság* szerkesztőségének rendszerváltás utáni szocializációjában. Az újságírókban kifejezetten az az élmény maradt meg, hogy sokan megpróbálnak beleszólni az újság készítésébe vagy igyekeznek a lapot megszerezni, és ez ellen minden eszközzel védekezni kell, a szerkesztőség függetlenségét mindenek előtt meg kell őrizni.

1994 után, amikor a *Népszabadság* felügyelete már a Gruner+Jahrnál volt, és a belpolitikai környezet is barátságosabbá vált a lap számára, sem a német kiadói, sem a magyar szerkesztőségi oldalnak nem voltak az együttműködést elősegítő élményei. A *Népszabadság* frissen szerzett függetlenségét féltette, a G+J szakemberei pedig csak annyit tudtak a lapról, hogy nem ők döntöttek a megvásárlás mellett, nincs igazi befolyásuk az újságra, és a szerkesztőséget azok vezetik, akik 1989 előtt a pártlapot is készítették. Igaz, ekkor még pozitívan álltak hozzá a gazdaságilag sikeres újsághoz, és úgy gondolták, hogy lesz lehetőség létrehozni egy „modern napilapot az új Magyarországnak”.

### 2.3. A Gruner+Jahr mint kisebbségi tulajdonos

1992-től 2001-ig a lap németországi tulajdonosait a Gruner+Jahr képviselte. Ez alapvetően két dologban mutatkozott meg. Az első években csak a felügyelőbizottság (FB) ülésein találkoztak a lappal, majd amikor úgy látták, hogy így nem tudnak eredményeket elérni, 1994-ben egy német ügyvezetőt, Günter Giffelst is kineveztek Lengyel és Eötvös mellé. Az FB-üléseken a G+J vezető munkatársai, illetve a *Népszabadság* ügyvezetője, vezérigazgatója és elnök-főszerkesztője vett részt. „Próbáltak beleszólni a lap készítésébe úgy, hogy az FB-üléseken elmondták a véleményüket. Ezenkívül viszont nem történt semmi” – emlékezett vissza az FB üléseire Lengyel L. László akkori vezérigazgató, aki hangsúlyozta, hogy a szerkesztési kérdésekbe nem próbáltak meg beavatkozni a német vezetők.

Lengyel L. azt is felidézte, hogy a G+J vezetői „próbáltak szakértőket küldeni a Népszabadsághoz, de ezt mi sikeresen visszavertük”. Hasonlóan nyilatkozott Eötvös Pál is, aki szerint ha próbáltak is tanácsadókat vinni a *Népszabadsághoz*, visszautasította őket. „Jobban is tették, ha nem küldtek senkit, a lap készítése a szerkesztőség feladata volt” – indokolta döntését a volt főszerkesztő. Eötvös visszautasító magatartása két okkal is magyarázható. Egyrészt főszerkesztőként pozíciója is magyarázza, hogy a kiadói oldal befolyását minimalizálni kívánta. Másrészt személyisége is erősítette, hogy ne engedjen beleszólást a szerkesztőség ügyeibe. Lengyel L. például így írja le Eötvöst:

„Nagyon erős személyiség, akinek – sok erénye mellett – az volt a hibája, hogy [...] nem volt nyitott az újításokra. Eötvös nagyon is a régi rendszer terméke volt, dacára annak, hogy korábban annak a kereteit jól használta ki. Alapvetően konzervatív ember, aki irtózott a változásoktól, ez egyébként a Kádár-rendszer sajátja is volt. Hozzá kell tennem, mindig is egy kulturált úriember volt, de Eötvös hibája miatt a szerkesztőség egy magába forduló entitás, elefántcsonttorony lett.”

A szerkesztőségről kialakított erős véleményét máshol így fogalmazza meg: „A szerkesztőségben nem történtek meg a szükséges változások fokozatosan, egy dinoszaurusszá vált.” Felmerül a kérdés, hogy ha a korábban

vezérgazgatóként dolgozó Lengyel ilyen negatív véleménnyel volt a szerkesztőségről, miért nem próbált rajta változtatni, vagy miért nem talált szövetségeseket a szintén újítani próbáló német tulajdonosokban. Lengyel szerint erre egyrészt azért nem kerülhetett sor, mert a G+J képviselői a legtöbbször olyan változtatásokat szorgalmaztak, amelyekkel sem ő, sem a magyar vezetés többi része nem értett egyet, másrészt pedig hiába próbálta volna a G+J-vel közösen befolyásolni a szerkesztőségi munkamenetet, arra együtt sem lett volna lehetőségük.

A megkérdezett német interjúalanyok is a változás gátját látták Eötvösben. „Mindig helyeselt, nagyon kedves volt, de utána nem történt semmi” – foglalta össze Martin Stahel, hogy milyen tapasztalatai voltak Eötvössel. Egy másik alkalommal ezt a viselkedést kifejezetten frusztrálónak nevezte. A német kiadóvezetőknek egyébként általában az volt a benyomásuk a magyar vezetéséről, hogy kedvesen fogadták őket, nem mondtak semmire nemet, de a javaslaikból végül nem lett semmi.

Eötvös maga is úgy fogalmaz, hogy saját szerepét a külföldi tulajdonossal ellentétben élte meg:

„Az a 15 év, amit én ott eltöltöttem, egy egészen rendkívüli időszak volt. Én a sajtószabadság és a Népszabadság autoritásának harcosának gondoltam magam. A lelkem mélyén tudtam, hogy ez nem normális. A tulajdonosnak abszolút joga van a tulajdon fölötti rendelkezésre. Ez a tulajdonosi jogosítvány volt az én ottlétemkor súlyosan korlátozva. Folyamatos harcokkal, nagyon keveset engedünk ebből.”

Mindezt Eötvös alapvetően két okkal magyarázza. Egyrészt azzal, hogy a német tulajdonos képviselőit – kiemelése alapján a G+J-t és nem a Bertelsmant – csak a profitmaximalizálás érdekelte.

„Értették, de nem érezték, hogy mi a Népszabadság kulturális és politikai jelentősége. [...] Ők tényleg gyarmatosítottak volna. Kiszedni, amit ki lehet, aztán nem érdekelte volna őket semmi.”

Másrészt Eötvös egyértelműen azon a véleményen volt, hogy a G+J Magyarországért felelős vezetői nem értettek a lapkészítéshez. (A G+J magazinkiadó, amely az 1990-es években próbált a napilappiacra is beszállni, végül a 2000-es évekre beszüntette ezt az üzletágát.)

„Ezek nem értették a napilapkészítést. Két lapjuk volt Németországban, a végén mindkettőt el kellett adniuk. Nem volt hozzá affinitásuk. Szlovákiában sem voltak sikeresek.”

A G+J és a magyar vezetés között több kérdésben is nézeteltérés volt. Eötvös és Lengyel elmondása szerint a G+J vezetői azt a stratégiát tartották volna helyesnek, ha a *Népszabadságot* egy kifejezetten budapesti lappá alakítják át, szorgalmazták a saját terjesztési rendszer kialakítását, és nem támogatták a kiadó több lábra helyezését, a diverzifikációt. Ez volt a magyar vezetők legnagyobb sérelme, mind a szerkesztőségi, mind a kiadói oldalon. A G+J számára ugyanis a *Népszabadság* túlságosan kicsi lap volt, a döntések sokszor későn születtek meg. „A végeknél tartottak minket” – fogalmazott Lengyel. Vörös T. szerint pedig „a Népszabadság Rt. az elszalasztott lehetőségek részvénytársasága”. Szinte mindegyik magyar vezető keserűen sorolta, hogyan hiúsultak meg az általuk szervezett üzleti lehetőségek a *Népszabadság* működése során. Így nem vette meg a kiadó az *Index* elődjét, az *Internettót*, amit az elmondások szerint 12 millió forintért ajánlottak fel a lapnak. Nem jött létre a *Nemzeti Sport* megvásárlása sem, mert mire a G+J-nél és a Bertelsmann-nál meghozták a döntést, a Ringier négyszeres áron már megvette a lapot. (Azóta a *Népszabadság* is a Ringierhez tartozik, így a két lap végül is egy tulajdonoshoz került.) Készültek tervek saját rádió- és tévéadás készítésére is, és szintén a szerkesztőség javasolta, hogy még a *Metro* indulása előtt indítsanak el egy ingyenes napilapot – ezek az ötletek végül mind megbuktak. Utólag természetesen könnyű egy-egy ötletre rámutatni, azonban az interjúk során a magyar vezetők egybehangzó panaszja mutatja, hogy úgy érezték: a német tulajdonos vagy túl nagy ahhoz, hogy időben meghozzon stratégiai döntéseket, vagy nem érzi a sajátjának a lapot – hiszen csak kisebbségi tulajdonos –, és nem kíván befektetni. Egy harmadik ok a diverzifikáció elmaradása mögött az lehetett, hogy a G+J részlegei közül a *Népszabadság* a napilapok közé tartozott, így bármilyen befektetés, ami más irányba mutatott, más részlegek bevonását tette szükségessé, és ez bonyolította a döntéshozatalt.

Az ellentéteket a német G+J volt vezetői is elismerték, a hangsúlyok azonban máshova kerültek. Mind a három interjúalany aláhúzta, hogy soha nem akartak kizárólag budapesti lapot készíteni. A tervük az volt, hogy a német *Süddeutsche Zeitung*hoz (SZ) vagy *Frankfurter Allgemeine Zeitung*hoz (FAZ) hasonlóan egy bázist, biztos hátteret alakítsanak ki a lapnak. (A SZ mellett, hogy a legnagyobb példányszámú országos napilap, egyben bajorországi regionális lap is, a FAZ pedig Frankfurtban és környékén erős.)

„A magyarok attól féltek, hogy tartalmilag egy budapesti újsággá csökkentik őket, és a vidéki német kiadókkal a hátuk mögött megegyeznek és felosztják az országot. Egyik félelemnek sem volt valóságalapja”

– elemezte utólag a magyarok és a német kiadó között hét évig közvetítő Günter Giffels ügyvezető az eseményeket. A szakember szerint egy erősebb budapesti fókusz vagy egy szintén tervezett, de aztán nem megvalósított budapesti különkiadás a *Metro* későbbi sikerét is korlátok közé szoríthatta volna.

A német szakemberek viszont egyetértettek abban, hogy a konzern lassú döntéshozatali struktúrája, illetve a G+J kizárólag újságkiadásra szakosodott részlegének keretei akadályozták a *Népszabadságot* a növekedésben:

„A magyarok a Népszabadságot egy központi médiakonzernné akarták kialakítani. Egy magyar tőkésnek lehet, hogy ez is lett volna a célja. A G+J egy országos lapot vett meg, és szívesen fejlesztette olyan mértékben, ami egy laphoz hozzátartozik. De nem akart többet”

– értékelte a helyzetet utólag Günter Giffels, aki azt is hozzátette, hogy például a *Népszabadság* tévéterve nem a

kiadón bukott el, hanem azon, hogy nem találtak csatornát, amelyik befogadta volna a műsort.

Az előbbi magyarázatot – miszerint a G+J kisebbségi tulajdonosként nem kívánt befektetni – támasztja alá Breitner Miklós visszaemlékezése is, aki a privatizációs tárgyalásokon is részt vett, később pedig néhány évig a kiadó vezérigazgatója volt:

„Egy nyugat-berlini szálloda éttermében mondta el a Gruner+Jahr egyik vezetője nekem 1994 végén, röviddel a Népszabadságtól történt távozásom előtt, hogy amíg ők kisebbségi tulajdonosok, a G+J inkább pénzügyi, és nem szakmai befektetőként viselkedik.”

Breitner emlékeit Martin Stahel és Michael Rzesnitze is megerősítették:

Rzesnitze: „Nem tudtuk a bizalmatlanságot leépíteni. Az elején nem észleltük, azt hittük, hogy szeretnek minket, mert annyira kedvesek voltak, és mindig mindenre azt mondták, hogy meg fogják csinálni. Szükség van két-három évre, amíg az ember észreveszi, hogy valójában semmi nem történik. Aztán odaküldtük Herr Giffelst, de még mindig nem történt sok. Észrevettük, hogy bár kedvesek, nem akarnak minket. Így egy idő után pénzügyi befektetőnek tekintettük magunkat.”

Stahel: „Először jöttek a saját gazdasági nyilvántartásunkban a német lapok, aztán a szlovák, és csak aztán a Népszabadság.”

Martin Stahel beszámolója szerint akkor vált világossá számukra, hogy nem kívánatosak a *Népszabadságban*, amikor 1994 körül a lapban akkor tulajdonos bankoktól megvásárolták a részesedésüket. A szerkesztőség és a Szabad Sajtó Alapítvány ekkor ügyvédjein keresztül tudatta, hogy nincs joguk többségbe kerülni a *Népszabadságon* belül. „Észrevettük, hogy ez tényleg haragot vált ki, és hogy nincs értelme vele foglalkozni”.

Azt, hogy a többségi tulajdon megszerzésének 1994 és 1998 között mi lett volna a feltétele, egy neve elhallgatását kérő Bertelsmann-vezető árulta el. Elmondása szerint Horn Gyula miniszterelnöksége idején személyesen tárgyalt vele és egy kollégájával arról, hogy a szocialista párt mekkora összeg fejében hajlandó tárgyalni a Szabad Sajtó részvényeinek eladásáról. Az üzletet azonban a Bertelsmann akkor visszautasította, és arról nincs információ, hogy a későbbi adásvételnek volt-e ilyen feltétele.

## 2.4. A Gruner+Jahr mint többségi tulajdonos

A G+J-nek tehát az volt a célja, hogy amint lehet, többségi tulajdonossá váljon a Népszabadság Rt.-n belül, hogy döntő befolyása legyen arra, mi történik esetleges befektetéseivel a kiadóban, csak ki kellett várnia, amíg ezt a többi tulajdonos is elfogadhatónak tartja. A többségi részesedés megszerzése után a német kiadó első dolga az volt, hogy új vezérigazgatót nevezzen ki a cég élére. A lépés érthető: a saját emberüket akarták döntéshozó pozícióban látni. Günther Giffels addigi ügyvezető igazgató saját elmondása szerint több mint öt éves magyarországi kiküldetés után vissza akart térni Németországba. A G+J ezért megbízott egy fejedelmecéget, és az egyik kitételük az volt, hogy semmiképp se a kiadói szakmából érkezzen az új vezető. Ebből arra lehet következtetni, hogy a német vezetők erősen bizalmatlanok voltak a magyar kollégáikkal szemben. Olyan érzésük lehetett, hogy mindegy, kit neveznek a cég élére, az illető inkább elkötelezettnek fogja érezni magát magyar kollégái, mint német főnökei felé. A megoldást végül Korda Sándorban találták meg, aki korábban a Pannon GSM egyik vezetője volt.

Korda érkezésével egy hosszú idő óta megoldatlan problémát gondolt orvosolni a hamburgi kiadó. „Valószínűleg az elején kellett volna magyar vezetőséget találni” – hangzott Martin Stahel utólagos elemzése. Az egyik indok: „Ők mind tudtak a politikai hátterekről, amit mi [a kezdetekben] egyáltalán nem sejtettünk, azt gondoltuk, hogy ez egy teljesen normális vállalkozás.”

Kordát kinevezése után azonnal három hónapos németországi kiképzésre küldték. A G+J célja minden bizonnyal az volt, hogy a kiadói területen tapasztalatlan, de modern, fiatal vezetőt a saját képükre formálják. Ez a három hónapos tanulmányút az egyetlen igazán komoly próbálkozás a német kiadó részéről, hogy magyarországi vállalatánál dolgozó munkatársát hosszú távon tervezve képezze – igaz, ez sem a szerkesztőségi oldalon történt. (Hasonló, bár nem azonos kiképzésen vett részt Kázmér Judit, a Pannon Lapok Társaságának vezetője is.)

Három hónapos németországi tartózkodása során Korda Sándornak megpróbálták mindazt megmutatni és megtanítani, amit az újságkészítésről ennyi idő alatt lehetséges. A G+J ebben az időben a berlini és a drezdai volt keletnémet helyi napilapot is tulajdonolta, így a kinevezett magyar vezetőt ezekhez, illetve a hamburgi központba vitték el. „Amit az újságírószakmáról, kiadásról tudok, azt az alatt a három hónap alatt tanultam meg” – emlékezett vissza Korda. „Volt egy tolmácsom, óráról órára be volt osztva, hogy mikor hova megyek, csak a nyomdai kérdésekre egy hét volt” – tette hozzá a most már a részben a TV2 betelefonálós játékaikat intéző cég, a Telefor vezetője.

Az új ember érkezését nem fogadták kitörő örömmel a *Népszabadság* vezetésében. Korda beszámolója szerint mind Eötvös Pál, mind Földes György, a Magyar Szocialista Párthoz tartozó Szabad Sajtó Alapítvány képviselője kifejtette, hogy egyeztetni szerettek volna a személyéről a G+J-vel még kinevezése előtt, de erre nem kaptak lehetőséget.

Korda és Eötvös együttműködése nem volt problémamentes. Korda visszaemlékezése szerint közte és a főszerkesztő között megszűnt a valódi kommunikáció. „Az üléseken kívül nem beszéltünk egymással” – állította Korda, ugyanakkor Eötvös szerint idáig nem fajult a helyzet. Igaz, a főszerkesztőnek lett volna vagy volt is miért

neheztelnie.

Az új vezérigazgató kinevezése csak az első lépés volt a G+J részéről a *Népszabadság* átalakítására. „Cél volt, hogy a szerkesztőségben belül is változásokat érjünk el, és az is, hogy Eötvös Pált is elmozdítsuk a helyéről” – idézte fel a G+J terveit Korda Sándor. Ennek ellenére a tervükből nem sok valósult meg. „Nem tudtunk a szakmai kérdésekre se belenyúlni, mert Eötvös a szerkesztőségi részvényeken és Szabad Sajtó Alapítvány részvényein keresztül elég sok mindent magához rendelt” – idézte fel a nehézségeket Korda Sándor. Az új vezető így leginkább a kiadói oldalon fogott átalakításokba. Bevezettek egy új SAP-alapú vállalatirányítási rendszert, és kialakították a házon belüli internetkapcsolatot.

## 2.5. Bertelsmann, Gruner+Jahr - Népszabadság: Összegzés

Tanulmányom alapkérdésére, hogy miért nem került sor több szerkesztőségi tapasztalatcserére, továbbképzésre, szemléletformálásra a német tulajdonban lévő magyarországi kiadóknál, azaz hogy szerepelt-e az újságírói munka minőségének javítása a kiadók stratégiájában. A *Népszabadság* esetében minden interjúban visszatérően hasonló és egyértelmű válaszok érkeztek:

„Az alapkérdésekben, a főszerkesztő-választás kérdésében, egyáltalán a szerkesztőség autonómiájának kérdésében a németek részéről rengeteg kísérlet volt arra, hogy ezt valahogy felszámolják. És mivel háborús viszony volt, háborús viszonyok közepette nem vágyik az ember üzemeltetésre vagy a másik cég újságjainál tett látogatásra”

– foglalta össze a helyzetet Vörös T. Károly.

Korda Sándor ugyanezt a jelenséget így fogalmazta meg:

„A G+J megtehetette volna, hogy kivisz tíz újságírót és mutat nekik valamit, de ennek nyelvi problémái is voltak, ráadásul még a kiadói oldalon is meg tudta vétózni a tulajdonos szándékát a szerkesztőség. Ettől ez inkább egy politikai harccá, adok-kapok játszómá vált.”

Breitner Miklós sem tudott mást felidézni. „Semmilyen szervezett ismeretátadás nem volt” – jelentette ki kategorikusan a volt vezérigazgató, aki egyetlen informális beszélgetést tudott csak felidézni, ahol arról esett szó, hogy a Németországban elismert és a G+J tulajdonában lévő Henry Nannen újságíró-iskolába küldjenek magyar kollégákat. „Aztán ebből nem lett semmi” – tette hozzá Breitner. Érdekes, hogy saját 1990-es évekbeli szerepével kapcsolatban egyedül ő nyilatkozott kritikusan. „Beképzelt újságíró voltam, és nem gondoltam igazán erre a lehetőségre, pedig technikákat jó lett volna elsajátítani a németektől.”

„Nem tudtuk a bizalmatlanságot leépíteni” – summázta az 1990-es évek elejét Martin Stahel is. Minderre Michael Rzesnitzeck így emlékezett:

„Sokat beszéltünk Stahellel is a bizalmatlanságról és arról, hogy mi ennek az oka. Az volt a benyomásom, hogy ez leginkább egy diffúz félelem egy másfajta gondolkodástól és világtól, amit nem ismertek. Talán attól féltek, hogy az egész lapot át akarjuk átalakítani, és a végén a szerkesztőség nem fog a saját újságjára ráismerni. Az idők során aztán valamennyire sikerült ezt a bizalmatlanságot leépíteni, de volt mindebben egy generációs különbség is, amit tovább erősített a kelet-nyugat, szocializmus-kapitalizmus különbség is.”

A főszerkesztőkkel és kiadóvezetőkkel folytatott beszélgetések alapvető következtetése az volt, hogy a szerkesztőség függetlenségét védeni hívatott státútum és a közös szerkesztőségi részvény hosszú távon a fejlődés gátjává vált a *Népszabadság* esetében. „Az erős szerkesztőségi jogosítvány maga ellen fordult, és a haladás gátjává vált” – fogalmazott Lengyel L. László, aki maga is részt vett a státútum kidolgozásában.

„Amit kidolgoztunk, azzal egy olyan helyzetet konzerváltunk, ami eleve nagyon nehezé teszi az alkalmazkodást a változó körülményekhez. Hogy lehet elvárni, hogy legyen egy változásra képes szerkesztőség, amikor maguk választják a főszerkesztőt, és nincs az az impulzus, érdek, ami változásra kényszerítené őket.”

– tette hozzá a volt vezérigazgató, aki a saját felelősségét is elismerte a helyzet kialakulásában.

Hasonló véleményen voltak mások is. Korda Sándor például egyetértett azzal az összefoglalással, hogy az átalakítások az erős szerkesztőségi jogosítványok és a szerkesztőség feltételezett politikai kapcsolata miatt nem voltak keresztülvihetőek. A volt vezérigazgató szerint ezen kívül a szerkesztőségben belül működő szakszervezet is nagyon erős volt, ami szintén nehezítette a változtatást.

Szélsőséges véleménye volt Martin Stahelnek is a szerkesztőségi státútumról:

„A státútum nagyon is fékezte a modernizációt és az átalakítást. A Süddeutschétől jöttem [Stahel korábban a Süddeutsche Zeitung ügyvezető igazgatója volt – G. M.], és tudom, hogy mit jelent a szerkesztőségi státútum, [...] de a Süddeutsche Zeitung státútuma ártalmatlan volt a Népszabadságéhoz képest. [...] Magyarországon az volt az érzésem, hogy megvolt a szerkesztőség helye, a kiadó teljesen lényegtelen volt, ők vezetik a könyvelést, de tényleg lényegtelenek, és aztán vannak a gonosz befektetők.”

Ennek ellenére nem állítható, hogy az erős szerkesztőségi jogosítványokért és résztulajdonért ne lett volna

érdemes harcolnia a korábban állami és pártkézben lévő lapoknak az 1990-es évek elején. Ahogy Breitner Miklós felidézte: „mindenki saját részvényt akart. A HVG-nek és a Népszabadságnak sikerült, a Magyar Nemzetnek és a Népszavának nem.” Ha pedig megnézzük, hogy a rendszerváltáskor privatizált lapok közül melyik hova jutott el, arra a következtetésre jutunk, hogy a saját részvényt szerző lapok sikeresebbé váltak, és jobban meg tudnak felelni a minőségi újságírás követelményeinek. Igaz ugyanakkor, hogy később hosszú távon sem a *Népszava*, sem a *Magyar Nemzet* nem került külföldi tulajdonba, így nem lehet tudni, hogy egy minden tulajdonosi jogosítványt birtokló külföldi (esetleg német) tulajdonos milyen eredményeket tudott volna felmutatni.

Ez utóbbira viszont jó példa a *Magyar Hírlap*, amit több külföldi – igaz, nem német – kiadó próbált meg sikeressé tenni. A *Népszabadság* helyzetét elemző interjúk során többször fel is merült a *Magyar Hírlap* mint rossz, elrettentő példa.

Vörös T. Károly:

„Megszállottan modernizálni akarták a Magyar Hírlapot. Ez elkezdődött Kocsi Icánál, aztán Szombathy Pálnál folytatódott. Nem vették figyelembe a magyar sajtó hagyományait és azt, hogy egyik napról a másikra egy újságot megváltoztatni végtelenül kockázatos. A végén gyakorlatilag egy komisszárt hoztak ide Svájcból, aki csak németül és angolul tudott beszélni, és gyakorlatilag ő vette át az irányítást kézivezérléssel.”

Eötvös Pál azon a véleményen volt, hogy a *Népszabadság* által választott út – az erős szerkesztőségi jogosítványok útja – a lap hasznára vált, amit az is igazol, hogy laptársainál jóval sikeresebb lett:

„Mi lett a Magyar Hírlappal és a Magyar Nemzettel, amelyek a rendszerváltás idején arra voltak predestinálva, hogy lesöpörjék az asztalról a Népszabadságot, mi lett velük?”

– tette fel a költői kérdést Eötvös.

A magyar főszerkesztőkben és kiadóvezetőkben tehát jó adag bizalmatlanság élt a külföldi tanácsadókkal szemben, és ahol lehetőségük volt, meg is akadályozták, hogy azok beleszóljanak a lap készítésébe.

### 3. Axel Springer

„Volt, hogy kivittük egy kollégánkat Németországba néhány napra, de ezenkívül szinte semmi nem történt” – válaszolt arra a kérdésre Bayer József, az Axel Springer Budapest és az Axel Springer Magyarország vezérigazgatója, hogy történt-e bármilyen, a német anyacéggel közös továbbképzés, tapasztalatcsere vagy ismeretátadás az Axel Springer német és magyar kiadói között. „Mit mondjanak el? Hogy hogyan kell interjút készíteni?” – tette hozzá kérdőleg Bayer, aki a cég megalakulása óta vezeti Magyarország legnagyobb kiadói csoportját, amelynek résztulajdonosa is. A vezérigazgató egy alkalmat mégis fel tudott idézni, amikor az 1990-es évek elején egy észak-németországi helyi lap, a *Bergedorfer Tageszeitung* vezetője tartott előadásokat Budapesten. Ezenkívül más nem történt.

Bayer afelől sem hagy kétséget, hogy a német tulajdonosok egyetlen célja a profitmaximalizálás volt. „Itt küldetéstudattal senki nem rendelkezett. Egyetlen küldetéstudatos embert nem láttam, kivéve magyar újságírókat. Itt senkiben semmi ilyesmi fel sem merült. Kit érdekelt, ez egy üzlet” – mondta a vezérigazgató. Szerinte a magyar újságírás szakmai színvonala alapvetően nem különbözik a némettől, értékelése szerint a jövedelmi viszonyok is azonosak, a német újságírók viszont többet teljesítenek azonos fizetségért cserébe.

Ami az újságíró-kultúrát vagy a szakmai fejlődést illeti, Bayer úgy látta, hogy az 1990-es évek elején nagy átalakuláson ment keresztül a szakma, ami azóta sikeresen le is zárult.

„Volt olyan újságíró, aki egy hónapban egy cikket írt. Egyre több felület fogyott, mert megjelentek a fotók, a hirdetések, a részletes sportoldal. Ezek nagy traumák voltak az újságíróknak. Megjelent a keresztretjvény, a horoszkóp – olyan dolgok, amelyek egyáltalán nem szerepeltek korábban az újságokban. Megjelentek a bővített tévéműsorok. Hamar kiderült, hogy a magyar újságíró hosszú monológokat szeretett írni a külpolitikáról, amire az olvasók nem voltak kíváncsiak. Hozzá kellett igazítani az újságokat az olvasótábor elvárásaihoz”

– fejtette ki a vezérigazgató, aki szerint egy újság akkor működhet hatékonyan, ha az újságírók „helyre, tétre, befutóra készítik el szövegeiket”. Ezen Bayer József azt a tördelési és laptervezési technikát érti, amely során az újság oldalait előre kialakított részekre bontják fel, és a szövegeket ehhez mérten fogalmazzák meg.

Bayer Józseffel folytatott beszélgetésem egy részét szó szerint is idézem, mert ebből derül ki leginkább, hogy a kiadóvezető véleménye és tapasztalata szerint milyen tervekkel érkeztek Magyarországra a német kiadók:

Galambos Márton: Senkiben fel sem merült...

Bayer József: Senkiben.

G. M.: Be se kell fejeznem a kérdést.

B. J.: A kutyát nem érdekelte. Ez üzlet. A sajtó az egy üzlet.

G. M.: Természetesen, de egy speciális üzlet.

B. J.: A világ legegyszerűbb üzlete. Van egy márka, amit tele kell tölteni olyan információkkal, amelyeket az olvasók olvasni akarnak, és ahogy változik az olvasótábor, hozzá kell igazítani. [...]

G. M.: Ez egy üzlet, de azért a német kiadók örülhettek neki, hogy az ország demokratizálódásához is hozzájárulhatnak.

B. J.: Szerintem ezt valaki esetleg elmondta, de ilyen valójában nem volt.

Azt, hogy az Axel Springer német és magyar kiadója között nem volt együttműködés a szerkesztőség fejlesztése vagy képzése terén, Rudolf Porsch is visszaigazolta. Porsch az Axel Springer berlini újságíró-akadémiájának vezetője, és 2007. novemberi ottjártamkor annyiról tudott csak beszámolni, hogy pár héttel korábban beszélt először az Axel Springer egyik német származású vezetőjével, Martin Holgersszel az együttműködési lehetőségekről a továbbképzések terén. Holgerst 2007 elején nevezték ki a magyarországi Axel Springer kiadó második emberének, majd 2008 októberében tovább erősítették pozícióját. Az együttműködésből azóta nem lett semmi – számolt be a fejleményekről 2008 októberében Rudolf Porsch. A Németországban jó nevű újságíró-iskola vezetője azonban azt is hozzátette, hogy ő maga nem javasolta az ilyen irányú együttműködést, mert eddigi tapasztalatai alapján ezek a nyelvi akadályokon általában elbuknak.

#### 4. Pannon Lapok Társasága - Westdeutsche Allgemeine Zeitung

„Továbbképzésből, oktatásból nagyon kevés volt” – ez volt a válasza Gyórrffy Istvánnak is, a Pannon Lapok Társasága (PLT) összevont főszerkesztőjének. A PLT az Axel Springer után a legnagyobb megyei lapokat kiadó médiacég Magyarországon. A cég a német Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) tulajdonában van. A WAZ 1990-ben szerezte meg vidéki lapjait, négy megyében (Vas, Zala, Fejér és Veszprém), majd 2003-ban többségi részesedést szerzett a HVG országos hetilapban.

Gyórrffy értékelése ellenére a WAZ volt az egyetlen a három vizsgált német kiadó közül, amely a kiadó német központjában felelőst nevezett ki a magyar lapok tartalmi fejlesztése érdekében.

„Volt egy konkrét eset 2000-ben vagy 2001-ben, amikor a magyar PLT- lapok egyáltalán nem számoltak be olyan eseményről, amiről egyébként az egész világ beszélt. Ekkor kiderült, hogy ez így nem mehet tovább, az újságírásról beszélni kell Magyarországon!”

– emlékezett vissza a folyamatot elindító hibára Bodo Zapp, a WAZ-hoz tartozó *Westfallen Post* főszerkesztője, akit a konzern igazgatósága később megbízott a feladattal.

A többéves együttműködés első lépése Bodo Zapp helyettesének egy-két hetes (a pontos időtartamra nem emlékeztek) magyarországi tartózkodásával kezdődött. Dr. Joachim Stute feladata az volt, hogy felmérje a megyei lapoknál a szerkesztőségek helyzetét, és jelentést készítson a javítási lehetőségekről. „Stute sokszor teljesen meg volt rökönnyödve, hogy milyen körülményeket talált” – számolt be Zapp helyettesének élményeiről. „Volt olyan hely, ahol a magyarok lehetetlen körülmények között dolgoztak, városzéli egykori gyártelepen volt a nagyon szegényesen berendezett szerkesztőség” – fejtette ki Stute maga is a tapasztalatait.

Az első tanulmányút szerepe az volt,

„...hogy Stute ellátogatott a szerkesztőségekbe, és mindig beszélt egy szerkesztővel, hogy át tudjon adni valamit abból a kultúrából, amit mi újságon értünk. Sokan a magyarok közül újságírást tanultak, de azon teljesen mást értettek, mint amit mi, a két dolgot nem lehetett összehasonlítani. Ettől függetlenül olyan emberek voltak, akik el akartak érni valamit. Elmondtuk, hogy nem az számít, hogy nekünk, szerkesztőknek tetszik-e az újság, hanem az, hogy az olvasók mit gondolnak róla”

– foglalta össze a Stute-út céljait Zapp.

Stute hétoldalas jelentésében – amelyet felolvasott a tanulmány készítőjének, de át nem adott neki – felhívja a figyelmet az Essenből nézve szegényes, sokszor megrázó magyarországi munkakörülményekre és az itt tapasztalt, a németországitól eltérő újságírói kultúrára. A szöveg lényege azonban arról szól, miként kell átalakítani a PLT szerkesztőségi struktúráját annak érdekében, hogy kevésbé a megyeszékhelyek városi lapjai legyenek, hanem az egész megye életéről tudósítsanak. Stute ennek érdekében végül is új helyi irodák megnyitását és helyi oldalak bevezetését javasolta.

A jelentés és az első újságírói út Magyarországra végül is azt a célt szolgálta, hogy az essenai cég otthoni regionális újságírói modelljét Magyarországra is elhozzák. „Az volt a feladatom, hogy több újságírói potenciált teremtsünk” – fogalmazott Zapp. A kérdésre, hogy erre – és az újságírói kultúrában, illetve a munkakörülményekben lévő különbségek felfedezésére – miért kellett tíz évet várnia a WAZ-nak, Bodo Zapp sem tudott egyértelmű választ adni:

„Korábban csak az volt a döntő, hogy nyereséges vagy veszteséges-e az adott kiadó egy országban. Még most is ez a döntő, de már nem kizárólag ez. Nem lehet mindent egyszerre csinálni. A konzern is egy nagyra nőtt családi vállalkozás volt, aminek nem volt emberi erőforrása az ilyen kérdések kezelésére”

– magyarázta a helyzetet Zapp.

A Stute-jelentést követően Zapp évente néhány napra Magyarországra jött, és figyelemmel követte a szerkesztőségi átalakításokat és a munkát. Zapp e látogatások során több megfigyelést is tett:



Az újságírás alapjaival kapcsolatban:

„Újszerűnek hatott az újságírók számára, hogy komoly és átfogó információforrásnak kell lenniük, és ehhez az is hozzátartozik, hogy aktuális lapot hozzanak létre. Azt is el kellett mondani, hogy az újság szórakoztató is lehet. Hosszú, többoldalas cikkeket is közöltek, meg kellett állapítanom, hogy voltak szerzők, akik addig írtak, amíg akartak.”

„Tudatosítani kellett, hogy egy újságnak layoutja is van, és bizonyos módon kell kinéznie. Ez aztán messzemenőig ismeretlen volt.”

„Különösen meghökkentett, hogy a szerkesztők a keresetüknek megfelelő összeget össze tudtak írni, és hogy aki többet írt, többet kapott. Ez törvénytörően ahhoz vezetett, hogy borzalmasan hosszú cikkek voltak a lapban.”

„Tisztázni kellett azt is, hogy a híreket és véleményeket szét kell választani. Egyáltalán nem volt szokás, hogy objektív tudósításokat írjanak, és ha egy véleményt is mellé akarnak rakni, akkor azt külön részben tegyék. Ez egy új tapasztalat volt.”

„A probléma egyszerűen az volt, hogy a lapok unalmasak voltak. Unalmasak és ötlet nélküliek, nem ösztönöztek olvasásra.”

A magyarországi körülményekkel kapcsolatban:

„Volt miért panaszkodniuk a magyar kollégáknak. Senkinek nem mertem elmondani, hogy mennyit keresnek az újságíróink Németországban, mert nem akartam őket frusztrálni.”<sup>1</sup>

Az újságírói etikával kapcsolatban:

„Aztán a kapcsolat az újságírás és a hirdetési bevételek között elég furcsa volt. A szerkesztők pénzt kaptak az után is, ha hirdetőket szereztek. Ez jellemző volt szocialista országok területén, de természetesen egyáltalán nem volt rendben. A szerkesztőknek függetleneknek kell lenniük, de mindig hozzáteszem: nem szabad lenézőnek lenni Németországból; elvégre ki kellett jönniük valahogy a keresetükből! Ezt megelőzendő kellett a jövedelmeket rendbe rakni, és legalább ennyire a technikai felszereltséget javítani.”

„A politikától való függetlenség, amit mi értünk rajta, és amit minden újságnak értenie kellene rajta, újszerű volt a magyarok számára. Ez mindig a személyeken múlik. Magyarország nem egy óriási ország, és mindig vannak személyes kapcsolatok. Az egyik ezt ismeri, a másik am azt, itt nálunk nem ez a helyzet. Ugyanakkor nem kell megpróbálni az embereket megváltoztatni, csak az alapvető irányvonalaknak kell egyértelműnek lenniük.”

Az esseni központ figyelmének a magyarországi állapotokra való felhívása a legnagyobb mértékben a magyar cégvezetésnek volt köszönhető. Az azóta elhunyt Kovácsi Miklós és Kázmér Judit vállaltak ebben szerepet.

Bodo Zapp magyarországi útjai nem hoztak forradalmi változást a magyar vidéki sajtóban, interjúim alapján azonban ez volt az egyetlen olyan próbálkozás német kiadó részéről, amely az újságírói tudás, kultúra átadására tett kísérlet volt. Ezért érdekesek Zapp tapasztalatai arról, hogy milyen módszert talált a leghatékonyabbnak ebben folyamatban. Zapp a leginkább a partnerséget hangsúlyozta, azaz „óriási hiba lett volna odamenni és megmondani nekik, hogy hogyan kell csinálni. Erre érzékenyek lettek volna.” Ez ugyanakkor a leginkább a személyes képességek kérdése, elvégre tolmács segítségével, a tulajdonos képviselőjében nem könnyű egyenrangú helyzetet teremteni. Zappnak ez bizonyos mértékig sikerülhetett még akkor is, ha a végkövetkeztetése így hangzott: „A magyarok elég okosak voltak ahhoz, hogy észrevegyék, nem vagyunk a felettesük, de jobban teszik, ha azt csinálják, amit mondok nekik.” Ettől függetlenül nem ment minden simán:

„A legtöbbször az ellenérv az volt, hogy »ez mindig így volt, mindig így csináltuk«. Ez egy borzasztó érv volt. A legtöbbször lustaságot jelentett. Az én kérdésem pedig a legtöbbször az volt, hogy »tudjátok-e, mit akarnak az olvasók?«”.

„Szakmai továbbképzések nem voltak. A főszerkesztőkön keresztül tudták a németek megvalósítani az elképzeléseiket. A főszerkesztőknek mondták el a kívánságaikat. Mi ezt a magyar ügyvezetéssel átgyúrtuk, átvizsgáltuk” – mondta el Gyórfy a PLT zalaegerszegi szerkesztőségében, hogy ő miként élte át Bodo Zapp látogatásait. Az összevont főszerkesztő azonban rögtön hozzá is teszi, hogy

„...keserves évek voltak ezek, mert 1998–99-ig minden évben csak a szerkesztőség létszámát faragták. Amíg 1990-ben 40–45-en dolgoztak egy helyi lap szerkesztőségében, addig 2000-re ez a szám 30-ra csökkent, amiből 22–23 az újságíró.”

Nyilván a létszámcsökkentésnek is köze van ahhoz, hogy a négy megyében megjelenő lapcsoport – amelynek lapjai közös központi részből és helyi oldalakból állnak – budapesti tudósító nélkül dolgozik, és az országos hírek kizárólag az MTI által kiadott formában jelennek meg a lapokban.

Bár az összevont főszerkesztő nem tudott róla, hogy a kiadó újságírói bármikor a WAZ németországi újságíróiskolájában jártak volna, legalább két fiatal újságíró volt kint az esseni intézményben.

Ami a *Népszabadságnál* a Gruner+Jahr számára nem sikerült, a WAZ-nak a PLT-nél igen. 1995-ben az Axel Springertől csábították el Kázmér Juditot, és – Korda három hónapos németországi „kiképzéséhez” hasonlóan – fél évre Kázmért az essen kiadóközpontba vitték. Kázmér Judit azóta is a PLT egyik vezetője.

„A tartalomhoz nagyon óvatosan nyúlt az új tulajdonos” – mondta, amikor arról kérdeztem, hogy a német kiadó mit tudott hozzáadni a vidéki magyar lapok fejlődéséhez. „De a tartalom mindig is a többi kiadói feladattal (terjesztés, értékesítés) egy szinten volt, és törekedtünk arra, hogy a hármat együtt, egységben fejlesszük” – tette hozzá. A gyakorlat azonban nem feltétlenül ezt mutatja. A kiadó – mint minden más német vagy külföldi kiadó Magyarországon – először a nyomdai, a terjesztési és az értékesítési háttér fejlesztésével foglalkozott, és ezeket többé-kevésbé a német anyacég színvonalának megfelelő szintre is emelte. „A pusztán kiadói kompetenciába tartozó területeken könnyebben hoztunk döntéseket. A német tulajdonos a szerkesztőségi függetlenséget tiszteletben tartja, így ott több szempontot kellett egyeztetni” – válaszolt a felvetésre Kázmér Judit, de hangsúlyozza, hogy a tartalom színvonalának emelését folyamatosan szem előtt tartják.

Arra a kérdésre, hogy ebben az esetben például budapesti tudósítók alkalmazását is megfontolják-e, Kázmér Judit a piackutatásaik eredményével válaszolt, amely szerint az olvasóikat nem érdeklik a budapesti politikai hírek.

## 5. A Spiegel-csoport „független” újságírókat keres

Tanulmányom során arra az alapkérdésre próbáltam választ találni, hogy amikor a német kiadók Magyarországra érkeztek, miért nem voltak hasonló elvárásaik saját újságíróikkal szemben, mint Németországban. A WAZ tíz év után vette észre, hogy ebben óriási különbségek vannak, és ekkor kezdett nagyon óvatosan változtatni. A Spiegel-csoporthoz tartozó *Manager Magazin* viszont mintha pont ezt próbálta volna a kezdetektől fogva megvalósítani. A céljuk az volt, hogy a német *Manager Magazin* színvonalának megfelelő lapot hozzanak létre.

„A cél az volt, hogy hozzunk létre egy olyan lapot, amelynek biztos gazdasági háttere van, ahol az újságíróknak nincs négy vagy öt további mellékállásuk, és mivel egy német kiadó vagyunk, próbáljuk meg ezt a lapot politikai és gazdasági értelemben függetlenül, de tényleg függetlenül készíteni”

– fejtette ki a kezdeti stratégiára vonatkozó kérdéseimre Philipp Busch, a német *Manager Magazin* volt vezérigazgatója, aki a magyar cég elindítója és németországi felelőse is volt.

Busch személyesen jött el Magyarországra, hogy a meghirdetett állásokra a szerkesztőségi csapatokat meghallgassa:

„Kíváncsi voltam, hogy elég gyorsan gondolkodnak-e, hogy műveltek-e. Normális esetben egy kiadóvezető ezt teszi, ha ért a szakmájához. Intellektuálisan azonos szinten kell lennünk, mint a főszerkesztőinknek, mert egyébként nem tudjuk a megfelelő újságírókat kiválasztani.”

Ennek ellenére Busch első választása nem bizonyult hosszú távúnak. Kertész György, aki kiválóan beszél németül, meggyőzte, az első főszerkesztő és a Spiegel Kiadó két év után azonban elváltak egymástól.

A második szerkesztőségválasztás már inkább a kiadó eredeti elképzeléseit tükrözte. Ekkor kapott lehetőséget Mong Attila mint főszerkesztő és Vajda Éva mint főszerkesztő-helyettes. A lap tartalmi része ezekben az években a kiadó elvárásai szerint alakult, a példányszám és a hirdetési bevétel azonban nem növekedett. „Pechünk is volt, mert a Motor-Presse miatt háromnegyed évet elvesztettünk. Így a végén arra a döntésre kényszerültem, hogy vagy teljesen megszüntetjük a lapot, vagy részben megmentjük” – foglalta össze a lap sorsát Busch. A *Manager Magazin* kiadói oldalának a sorsa valóban elég hányatottan alakult, mivel azt a Spiegel Verlag mindig valamelyik másik német kiadóval közösen adta ki. Először a Motor-Pressével álltak össze, végül az Axel Springer következett, amely radikális létszámcsökkentéssel akarta nyereségessé tenni a lapot, erre viszont tiltakozásul a teljes szerkesztőség távozott.

Busch a „független, de igazán független” újság létrehozásának kudarcáért leginkább a magyar piac kis méretét okolta:

„A magyar újságírás strukturális problémája nagyon egyszerű: Magyarország nem egy nagy ország. Tízmillió emberről van szó, így a kiadás nem feltétlenül kifizetődő. Van igény minőségi újságírára, a kérdés csak az, hogy ez elég mértékű-e ahhoz, hogy legalább az újságkiadás költségeit fedezni lehessen belőlük”

– foglalta össze Busch. Véleménye szerint elég időt adtak a lapnak még akkor is, ha a sűrű kiadó- és a főszerkesztő-váltás miatt a rendelkezésre álló három évnek csak kis részében lehetett kipróbálni, hogy mennyire vevők a magyar olvasók a minőségi újságírára.

Busch ezenkívül az alábbi indokokat hozta fel a vállalkozás sikertelenségéért:

„Mindenki ismer mindenkit, sok a pletyka – ebben nagyon hasonlítanak az osztrákokra, Bécsben sincs egyetlenegy valóban minőségi újság sem.”

„A gazdaság szereplői kevéssé kezdenek el az újság által felhozott témákról beszélni egy olyan gazdaságban, amiben erős összefonódások vannak. Sokkal inkább a hirdetési pénzek megvonásával fenyegettek, amit végül meg is tettek.”

„Egyre könnyebb, de nem volt mindig könnyű jó újságírói utánpótlást szerezni. Az újságírók többsége egy

olyan világban tanult, ahol valójában nem volt igazi újságírás. Még akkor sem, ha a magyar kommunizmus puhább volt, mint máshol. De inkább azt tanulták meg az újságírók, hogy hogyan lehet a sorok között írni, ahelyett hogy a kemény tényfeltáró mentalitást sajátították volna el.”

„A minőségi újságírással szembeni elvárások ebben az országban nem keresztülvihetőek. Nem azért, mert az emberek nem akarják, hanem azért, mert nincs meg hozzá a »kritikus tömeg«. Egyszerűen nem kifizetődő. Nem megy, az ország túl kicsi.”

„A Manager Magazin témái a magyar gazdaság vezetőinek szóltak. Ők viszont egymás között nagyon jól informáltak, mert 40 százalékuk rendszeresen összejár valamelyik budapesti étteremben. És ráadásul ilyenből viszonylag kevés van. Ha megjelenik egy cikk a Telekomról vagy másokról, akkor ez pár embert érdekel, de sokak számára csak az elvárt cselekvések megerősítése: »úgyis tudtuk, hogy ilyenek, a részletek meg kit érdekelnek«”.

## 6. Összefoglalás

A német tulajdonosok és magyarországi lapjaik szerkesztőségei között a vizsgált kiadók esetében különböző mértékben nem jött létre együttműködés, annak elmaradása is részben más-más indokokra vezethető vissza.

Minden kiadó esetében egyértelmű és érthető a nyelvi akadályok megléte. Ebben a tanulmányban nem közöltem, de a teljes kutatás része volt két volt keletnémet pártlap rendszerváltási utáni vezetőivel készített interjú is. Az ő esetükben – más előnyök mellett – a Nyugat-Németországban végzett újságírók felvétele, illetve a volt keleti újságírók továbbképzése meghatározó különbséget jelentett. (Emellett elérhető volt a saját anyanyelvükön egy teljes demokratikus médiarendszer, ami segítség és kihívás is volt egyben.)

A német kiadók egységesek voltak abban is, hogy félték a „gyarmatosító” szereptől. Németországban a legutóbbi évekig egyetlen lapkiadó sem volt külföldi kézben (most is csak egy van), így különösen tartózkodni akartak attól, hogy beavatkozzanak tartalmi kérdésekbe.

A *Népszabadság* esetében a szerkesztőség erős jogokat szerzett magának a privatizáció során, amit Eötvös Pál főszerkesztő keményen védelmeszt is. A kiadó részéről erős igény mutatkozott a lap modernizálására, fiatalosítására, ezt azonban nem tudta keresztülvinni. Bár a *Népszabadság* példányszáma folyamatosan csökken, nem tudható, hogy ezt a folyamatot gyorsította vagy lassította volna a német kiadóvezetők nagyobb befolyása a lap tartalmi koncepciójára.

Az Axel Springer Budapest és Magyarország kiadók esetében a döntő Bayer József személyes hitvallása volt. A német vezetés láthatóan mindenben ráhagyatkozott. A vele készített rövid interjúból az derült ki, hogy lapjai újságírói színvonalával elégedett, és úgy ítéli meg, hogy azok a német anyacég újságírói termékeivel is összemérhetők.

Egyedül a WAZ esetében fordult elő, hogy a német kiadó egy német főszerkesztőt bízott meg a magyar lapok tartalmi fejlesztésével. Bodo Zapp tapasztalatai jól mutatják, hogy az újságírói kultúra és munkamódszerek átadása bonyolult és időt igénylő feladat, ami nem nélkülözi a kulturális különbségek megértését és feloldását.

A kutatás során elkészített 24 interjú alapján egyértelművé vált, hogy a német kiadók magyarországi jelenlétének csekély közvetlen hatása volt a magyarországi újságírói kultúrára, az újságírói munka minőségének javítására. Annak ellenére, hogy a rendszerváltás után Magyarországon hiányzott a demokratikus újságírói hagyomány, a német kiadók nem akartak vagy bizonyos esetekben nem tudtak figyelmet fordítani az újságírói kultúra fejlesztésére, a független újságírói munka támogatására, pedig ennek megléte Németországban kiadói működésük egyik alapja.

## Lábjegyzetek

1

Érdekes, hogy ezzel pontosan ellentétes véleményt fogalmazott meg az Axel Springer magyarországi vezetője, aki szerint a magyar újságírók a németekkel azonos szinten keresnek.



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](#)

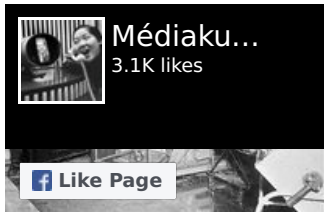
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2008 tél

[Lampé Ágnes:](#)

# Visszaküldő szolgálat

## A cikkek megjelenés előtti átirhatóságáról - újságírói korlátozás vagy a tények ellenőrzése?

**A nyilatkozónak a megjelenés előtt joga van átolvasni a kéziratot, és joga, hogy a tőle idézett szakaszokban korrigálja a tartalmi tévedéseket - ezt mondja ki a magyar sajtótörvény. Ehhez képest a gyakorlatban sokszor előfordul, hogy az interjúalany átírja a szöveget, kedve szerint bekezdéseket vesz ki az anyagból vagy tesz hozzá - akár olyasmit is, ami el sem hangzott. A jelenség Nyugaton szinte ismeretlen, nálunk mindennapos. Jobbára a nyilatkozó érti félre a szerepét, de az újságírók sem tökéletesek. A szerző részben saját újságírói tapasztalatait ismerteti szubjektív elemzésében.**

- Felmossák velünk a padlót - így összegeztem véleményét szerkesztőm a nyilatkozókra és „átolvasási szokásaikra” utalva, amikor őt, miként más jeles újságírókat, szakembereket is, arról kérdeztem, hogyan és hol szokás - egyáltalán: tolerálható-e - az interjúk vagy idézett mondatok utólagos átírása. A külföldi kollégák némelyike nem is értette a kérdést. A hazaiak viszont arról számoltak be, hogy ez a bevett gyakorlat, és szerintük a problémás helyzeteket az újságírónak kell kezelnie. A legtöbbször bevallotta, hogy a kért módosításokat jobbára végrehajtja. Írásom a jelenség hátterét, okait és jogi vonatkozásait kísérli meg bemutatni.

Kezdjük egy személyes tapasztalattal. Négy nyilatkozót megszólaltató riportot készítettem, műfaját tekintve tehát nem interjú. Ezt azért érdemes hangsúlyozni, mert a cikk a benyomásokat, a beszélgetés alatt történt eseményeket ugyanúgy tartalmazta, mint a szakmai véleményeket és információkat. A szereplők a megjelenés előtt látni akarták a szöveget. Az átkötő mondatok, a szubjektív részek nélkül viszont a kontextusából kiszakított idézett mondatok nehezen befogadhatók. Így az egész riport elment „jóváhagyásra” mind a négyükhöz. A „javításokat” tartalmazó cikk terjedelme jelentősen megnőtt, a szöveget ugyanis az alanyok átírták. A szakmai részeket és a konkrét adatokat érintették a legkevésbé, a riporteri megjegyzéseket, benyomásokat, az átkötő mondatokat annál inkább. Indoklás nem a nyilatkozótól, hanem a sajtósuktól érkezett, aki ugyan bent ült a beszélgetésen, de nem szólt bele: „Muszáj volt megszelídíteni kicsit. Küldöm az általunk elfogadhatónak tartott verziót.”

Alaposabb magyarázatot kértem. Érkezett is:

„Nem arról van szó, hogy bántó lett volna a szöveg vagy az újságírói szabadságot akartuk volna csorbítani. Elnézést kérünk, hogy beleavatkoztunk a munkádba. Az, hogy átalakítottuk, nem annak minőségét, olvasmányosságát minősíti. Inkább arról van szó, hogy az akkor szóban elhangzottak írott formában egész másként hatnak. Természetesen azt is megértjük, ha ezt így átírva nem tudod felvállalni és megjelentetni. Sajnos ők csak az általuk kijavított verzió közléséhez járulnak hozzá.”

Úgy döntöttem: az átírt anyaghoz én „nem járulok hozzá”. Főszerkesztőm viszont felháborodott: ez az újságírói szabadság korlátozása. Úgy döntött, leközli az eredeti szöveget, még hozzá változtatás nélkül.

## A jog hálójában

- Pedig ezzel, ha mereven csak a jog oldalát nézzük, hibát követett el - mondja kérdésemre Polyák Gábor médiajogász. - Ugyanakkor nincs az a bíró, aki per esetén ne venné figyelembe a körülményeket, amelyek egészen másfelé vihetnék az ügyet. De a bírói gyakorlat ebben a tekintetben tudomásom szerint precedens nélküli.

A sajtótörvény szerint ugyanis az újságíró

„köteles a nyilvános közlésre készített nyilatkozatot a nyilatkozatot adó személynek - kérelmére - bemutatni; azt nem közölheti, ha ehhez a nyilatkozatot adó személy azért nem járul hozzá, mert nyilatkozatát az újságíró megváltoztatta [és] köteles megtagadni az olyan közlés tartalmi kialakításában való közreműködést, amely ellentétben áll e törvény rendelkezéseivel”.<sup>1</sup>

A nyilatkozó tehát elvileg akkor jogosult reklamálni, ha az elhangzottakat torzítja a sajtómunkás. Ugyanakkor a törvény szövege az újságírói objektivitás védelmének-előírásának szándékával íródott, a szöveg tartalmi

vonatkozásában mutat irányt. Csakhogy a szabályozás független a cikk műfajától (riport, portré, interjú), az idézett szöveg terjedelmétől, a médium stílusától. Független attól is, hogy a nyilatkozó közszereplő, politikus vagy utcai megszólaló. Vagyis akadnak aknák és kiskapuk szép számmal.

Kérdés, mit tehet az újságíró, és egyáltalán kell-e bármit tennie, ha a nyilatkozó letiltással vagy perrel fenyegetőzik, ha az elhangzott beszélgetést szerkesztett formában írná le? Ha olvashatatlan szöveget kap vissza, amely még a szakmai közönség számára sem fogyasztható? Ha terjedelme az eredetinel háromszor hosszabb? Ha a megszólaló átírja a kérdéseit vagy – szakmai okokra hivatkozva – pár újat is beleír?

– Az újságírónak csekély mozgástere van, az adatvédelmi és a sajtószabályozás szempontjából a jog a megszólaló mellett áll. Még akkor is, ha a sajtómunkás felvétellel tudja bizonyítani, hogy az elhangzottaknak megfelelően adta vissza a nyilatkozó mondatait – folytatja Polyák Gábor. Az adatvédelmi törvény ugyanis kijelenti:

„Minden egyéb esetben a nyilvánosságra hozatalhoz az érintett hozzájárulása, különleges adat esetében írásbeli hozzájárulása szükséges. Kétség esetén azt kell vélelmezni, hogy az érintett a hozzájárulását nem adta meg.”<sup>2</sup>

A két törvény paragrafusai jogilag szinte „bebetonozzák” a nyilatkozót.

– Pedig ha az interjúalany belenyúl a szövegbe vagy letiltja a cikket, mert nem az jelenne meg, amit szeretne, akadályozhatja a nyilvánosság széles körű és objektív tájékoztatását – véli Polyák Gábor. – A bemutatás jogi kitételének sok előnye is van, de jelentős hátránya, hogy elmosza a felelősségi köröket. Az interjúalanyok többsége azért érzi magát feljogosítva, hogy átírja a szöveget, mert úgy véli, a vélt vagy valós tartalmi vagy fogalmazásbeli pontatlanságot neki rója majd föl az olvasó. Ráadásul úgy ül le interjút adni, hogy tudja: nem kell minden szót megfontolnia, hiszen utólag úgyszólván „szűrhet”. Végző esetben pedig előhúzza a jogi adut: visszavonhatja a nyilatkozatot.

Sőt ahhoz is joga van, hogy a „négy szemközti” interjú felvételén sajtója is jelen legyen.

– Mint egy ügyvéd, aki főnöke minden szavát ellenőrzi. Az újságíró természetesen kérheti, hogy kettesben maradjon az alanyával, és azt is, hogy ne a sajtós bírálja el főnöke mondatait.

Polyák Gábor nem tud olyan perről, amelyet az újságíró indított volna azért, mert cikkét a nyilatkozó utólagos és indokolatlan módosítása miatt nem tudta megjelentetni.

– De a sajtó munkatársának egyébként sem sok esélye lenne, a jog nem az ő oldalán áll. Pedig a sajtótörvény bemutatásról szóló kitétele az esetleges nyilatkozási visszaélések miatt káros is lehet, és nagy terhet ró a sajtó munkatársaira. Ennek ellenére a probléma megoldása nem a törvényhozásra tartozik. Ám mivel fontos és eddig nem tárgyalt újságíró-etikai kérdéseket vet fel, indokoltá teheti a kódexek felülvizsgálatát.

A médiajogász szerint az újságíró feladata, hogy elvárásait közölje az interjúalannal, és határozottabban lépjen fel, ha ezek nem valósulnak meg.

– Egy aduja neki is van: cikke a szerzői jog védelme alatt áll. Ha a nyilatkozó olyan részekbe nyúl bele, amelyekben nem őt idézik, ő követ el jogsértést.

## Minek a törvény egyáltalán?

A média-rendszerváltás hajnalán megjelentek az első helyi televíziók, első szórakoztató rádióként elindult a *Danubius* – és megszületett a 1986. évi II. törvény, vagyis a sajtótörvény. A jogszabály a pártos tájékoztatással szemben a „pontos tájékoztatás” elvét deklarálta. A sajtó formális szabályozása miatt egyesek mérföldkőnek tekintik a törvényt, amely behatárolta a korábbi diktatórikus irányítást. Mások viszont feleslegesnek, a pártállam egyik menekülő útjának tartják.

1988-ban Magyarországon a *Kritika* című folyóiratban, majd a *Medvetáncban* jelent meg a késő Kádár-korszak tájékoztatáspolitikáját bíráló és egy demokratikus nyilvánosság körvonalait felvázoló tanulmány Javaslat a sajtónyilvánosság reformjára címmel. Tizenöt egyetemi oktató, újságíró és kommunikációs szakember jegyezte az 1987-ben született dolgozatot, amelyet először külföldön, a párizsi *Irodalmi Újságban* közöltek.<sup>3</sup> Az írás szerzői a „mindent szabad, ami nem tilos” elv alapján úgy érveltek, hogy nincs szükség sajtótörvényre.

– Gyakran hangzottak, hogy a sajtótörvényt legjobb lenne elfelejteni, semmihez nem kell engedély, és korlátozásra nincs szükség – emlékezett vissza Halmai Gábor.

De javaslatuk már 1990-ben radikálisnak tűnt, így az 1986-os II. törvény hatályban maradt – igaz, a benne szereplő lapengedélyezési kötelezettség kitévelt egy minisztertanácsi rendelet 1989 nyarán hatályon kívül helyezte, és csupán egyszerű regisztrációt írt elő. A sajtótörvény pedig az évek során sokat karcsúsodott. Az 1990. évi XI., a sajtótörvényt módosító törvény korszerűsítette a szövegezést, deklarálta a sajtószabadság gyakorlásának követelményeit.<sup>4</sup> Az 1996. évi I. törvény – vagyis a rádió- és televíziótörvény – tovább pontosította, aktualizálta a sajtótörvény szövegét, egyebek mellett szabályozta a kiegyensúlyozott tájékoztatás kötelezettségét és hiányának következményeit,<sup>5</sup> hatályon kívül helyezte a *Magyar Rádióra* és a *Magyar Televízióra* vonatkozó külön rendelkezéseket, módosította a sajtótörvény végrehajtásáról szóló 12/1986. (IV. 22.) MT-rendeletnek a rádió- és televíziótörvényben érintett passzusait.<sup>6</sup>

A sajtótörvény így megmaradt, többször módosított jelenlegi változata elsősorban sajtóigazgatási rendelkezéseket tartalmaz. Ahogy Sarkady Ildikó írja A sajtójog aktuális kérdései című tanulmányában:

„A médiatörvény százhatvankét paragrafusával szemben a sajtótörvény többszöri módosítás után is csak huszonhárom szakasszal rendelkezik. Mégis ez a jogszabály, amely nem esett a túlszabályozás hibájába, hagyja érvényesülni a lapkiadás elmúlt tíz évében lezajlott piaci változásait. Nem állít tulajdonlás terén korlátokat, nem épít szerkezeti és szervezeti előírásokat a lapkiadás és a terjesztés szabályozásába. Nem tartalmaz különösebb jogtechnikai hibákat, inkább eltérő értelmezést nyújt a bíróságok számára tanulságos esetekhez. Ez az egyetlen jogszabály, amely az újságírókra vonatkozó rendelkezéseket tartalmaz, meghatározza jogait és kötelezettségeiket.”<sup>7</sup>

Épp ez az a törvényi „norma”, amely a nyugati demokráciában nem igazán létezik, a volt kelet-európai diktatúrák közül viszont a többször módosított magyar és lengyel sajtótörvényben is fennmaradt. De a régi szemlélet az új szabályozásba is „átszivárgott”. Szlovákiában a 2008. április 9-én elfogadott új sajtótörvényt – a sajtó regulázása miatt – nemzetközi szervezetek és az ellenzék is a sajtószabadságot korlátozó jogszabálynak minősítette. A törvény ugyanis részletesen meghatározza a sajtó feladatait: előírja, hogy a cikkben érintett személyt akkor is megilleti a válaszadás joga, ha valós információkat közöltek róla. A törvény előírása szerint akkor, ha a sajtótermék olyan, a magánszemély tisztességét, becsületét vagy magánéletét érintő állítást közöl, amely alapján a magánszemély azonosítható, az érintettnek joga van a válaszadáshoz, amivel az állítást kiegészíti, magyarázza, értelmezi. A válasznak hasonló terjedelműnek kell lennie, mint az eredeti szöveg. A kiadó pedig abban a formában köteles megjelentetni a választ, ahogyan a válaszadó leírta, ugyanabban a sajtótermékben, a kifogásolt tényközléssel azonos értékű helyen és betűtípussal. A napilapok március 27-én üres címlappal jelentek meg, hogy így tiltakozzanak a törvény ellen. „Az így megszólított olvasótól a sajtó azt kérdezi: szeretné, ha az ön kedvenc napilapját nem a szerkesztők, hanem valaki más állítaná össze?”<sup>8</sup> A törvény ezzel jogot biztosít olyan információk helyreigazítására is, amelyek senkit nem sértettek. Kétféle szankciót: a válasz és a helyreigazítás közzétételét is kötelezővé teszi.<sup>9</sup>

## Kelet - Nyugat

A kontinentális jogrendszer alapvetően eltér az angolszásztól, így a sajtójogi szabályozás is különböző. A nagy kódexekkel rendelkező államoknak, mint Franciaországnak és Németországnak, e téren átfogó, részletes a törvényi regulációjuk. E két országban vertikálisan – Németországban például alkotmányi, szövetségi, valamint tartományi szinten is – szabályozzák a médiajogot. Erős a reguláció Ausztriában, Svédországban és Görögországban is. Angliában, Írországon és Észak-Írországon viszont – alkotmány hiányában – jogállami tradíciók védik a szólásszabadságot, a médiaszabályozás több törvény révén valósul meg.

A médiaszabályozás szempontjából a legtöbb kelet-európai ország megosztott. A Cseh Köztársaság, Bulgária, Fehéroroszország és Szlovénia is hatályon kívül helyezte a szocialista alkotmányt, és új alaptörvényt alkotott. Ezekben az államokban az alkotmánybíróságok kevésbé kényszerültek a véleménynyilvánítás szabadságának védelmére. Másutt – így Lengyelországban és Magyarországon – a régi alkotmány módosításával igyekeztek biztosítani a vélemény szabadságot, ami növelte az alkotmánybíróságok jelentőségét az alapjogok értelmezésében.<sup>10</sup>

S hogy miért fontos ez a történelmi háttér a nyilatkozói visszaküldési gyakorlat és a sajtószabadság szempontjából? Nézzünk egy nem mindennapi lengyel esetet. A lengyel Alkotmánybíróság 2008. szeptember 29-ei döntésében alkotmányosnak minősítette az 1984-es sajtótörvény 14. paragrafusát, amely lehetővé teszi, hogy bármely médiumot megbüntessenek, ha olyan cikket hoz nyilvánosságra, amelyet az abban nyilatkozók előzetesen nem hagytak jóvá.

Az ügy előzménye, hogy Jerzy Wizerkaniukot, a *Gazeta Koscianska* hetilap szerkesztőjét elítélte a bíróság, miután 2003 februárjában egy magnóra rögzített felvétel alapján interjút közölt Tadeusz Myler országgyűlési képviselővel, aki a szöveget csak megjelenése után tekinthette meg. A politikus rágalmazásért és becsületsértésért perelt.

A Riporterek Határok Nélkül nemzetközi újságíró szervezet elítélte a lengyel Alkotmánybíróság döntését, amely szerinte méltatlan egy EU-tagállamhoz, és megsemmisíti a sajtószabadságot.

„Hogy az újságíró a cikkét a megjelenés előtt bemutatja-e a nyilatkozónak, kizárólag az ő megítélésére és a médiára kell bízni. Azzal, hogy a bíróság a 14. paragrafust alkotmányosnak minősítette, a testület a cenzúra intézményét ismerte el, ami a legsúlyosabb elnyomó diktatúrákat idézi. Ez a maradi és anakronisztikus törvény összeegyeztethetetlen az európai normákkal”

– áll a szervezet közleményében.

– Lengyelországban büntethetők mindazok, akik nyilvánosságra hozzák az igazat – így kommentálta a döntést Jerzy Wizerkaniuk.<sup>11</sup>

Az újságíró az Európai Bíróság elé viszi az ügyet. Az intézmény pedig jelezte, befogadja a panaszt.

## „Kapcsolja csak ki!” - a magyar gyakorlat

És akkor következzenek néhány magyar példa, saját gyűjtésből.

Egy multinacionális külföldi cég „nagyvezérével” készült interjú a magyar gazdaság lehetőségeiről. Előtte a cég kommunikációs tanácsadója hívott, találkozna velem. – Szeretnének meggyőződni arról, alkalmas vagy-e egy ilyen horderejű beszélgetésre. Mert nem mindenkit engednek az igazgató úr közelébe – közölte a hölgy.

Az akadályon sikeresen túljutottam. A helyszínen – az interjúalannyal együtt – a vállalat kommunikációs igazgatója várt. Kérdés és kérés nélkül, kolléganőjével együtt beült a „négy szemközti” beszélgetésre. A neki nem tetsző részeknél hangosan hümmögött, rosszállóan csóválta a fejét. Végül egy szerinte kellemetlen kérdésnél megjegyezte: „Ez mégiscsak túlzás.” Az volt. „Nem is értem, hogy kérdezhet ilyesmit.” Az interjúalany nem értette, mi történik, ennek ellenére készségesen válaszolt. Nem beszélt mellé. Az interjú végén nem jelezte, hogy látni akarná a kéziratot.

Nem úgy a kommunikációs szakember. A hölgy tudtomra adta – mivel ehhez joga van –, hogy ő dönt a szöveg sorsáról. A visszaküldött „korrektúra” egy részében nemcsak az igazgató úr válaszaiba, hanem a kérdésekbe is belenyúlt. A kiegészítések nem a tényekre, adatokra irányultak, hanem szóhasználatra és a „kellemetlen” információkra. Elutasítottam a javaslatait, a cikk az eredeti verzióban jelent meg. Döntésemnek nem volt következménye.

Egy másik alkalommal befolyásos (magyar) üzletemberrel készült interjú. A beszélgetés alatt többször kért, kapcsoljam ki a magnót, csak akkor hajlandó válaszolni. Amit ekkor mond, nem kerülhet az anyagba. Az interjút természetesen bekérte. A szöveget nem ő, hanem kommunikációs tanácsadója és egy közeli kollégája olvasta el, akik nem voltak jelen a beszélgetésen. Az utóbbi férfi felhívott, és közölte, neki nem tetszik az interjú, mert rossz színben tünteti fel a főnökét, nem megfelelőek a kérdések, és a válaszok sem az igaziak, ezért azon gondolkoznak, hogy visszavonják. Azért biztatott: átgondolják. Jelezttem, ilyen formában én sem szeretném „megjelentetni”. Végül az interjúalany maga hívott, és néhány kisebb módosítást kért. Ezek indokoltak voltak.

Politikussal mindkét forgatókönyv gyakori. Az, hogy teljesen új verziót küld vissza, amely sem tematikájában, sem terjedelmében nem emlékeztet az eredeti beszélgetésre, már bevett gyakorlat.

## Változtak az idők

Ma már sokszor nem is a nyilatkozó, hanem a megbízottja ellenőrzi a kéziratot és dönt arról, mit is mondott az illetékes. A sajtós („kommunikációs tanácsadó”) szerepe felértékelődött, ami nem melleleg arról is árulkodik, hogy a megszólaló sok esetben egyszerűen olyan felületnek tekinti a médiát, amelyen közölheti a saját vagy cége kommunikációs stratégiájának megfelelő információkat. Ezért hagyja, hogy gondolatait vagy mondatait tartalmi szempontból a vállalat képviselője ellenőrizze. Sokszor előfordul ugyanis, hogy szakmai korrektségre hivatkozva a sajtós olyan vállalati információkat kíván „becsempészni” a nyilatkozó szövegébe, amit ő maga nem is említett.

Az interjúalanyt ilyen esetekben láthatóan nem érdekli, és talán nem is tudja, mi a demokratikus sajtó feladata. Persze elképzelhető, hogy úgy látja, a tanácsadó segítségével jobban meg tudja ítélni a helyzetet. De akkor vagy nem elég jó szakember, vagy bizonytalan saját állításai helyességében. Ha egyik sem, akkor nem kellene mondatait külső szakértőnek elbírálnia. Akinek viszont így lehetősége nyílik arra, hogy a számára fontosnak tekintett kérdéseket, aktuális információkat „átnyomja”, a kellemetleneket pedig kivegye a szövegből. Ráadásul a státus munkát teremt magának: a kommunikációs szakember ügyet generál a nem ügyből is, ezzel igazolva önnön nélkülözhetetlenségét.

De mit is mond a törvény? Az „előolvasási” kitétel egyértelműen a nyilatkozóra vonatkozik. A passzusban szó sincs harmadik személyről, szó sincs meghatalmazotról. És szó sincs az elhangzottak „szakmai alapon” történő átírásáról.

Ennek ellenére minden újságírói ellenvetésre kész a válasz: ha nem tetszik a „javítás”, a törvény lehetőséget ad, hogy visszavonjuk az interjút. Az újságíró pedig nyel egy nagyot. Ugyanis, ha nincs interjú, akkor potyára dolgozott, potyára készült fel, potyára autózott az interjúra, potyára dobálta be a szövegeket a parkolóautomatába, potyára beszélgetett, potyára gépelte be és szerkesztette meg a szöveget, potyára küldte el, potyára alkudozott a mondatokért.

Persze távolról sem csak a külső körülmények a hibásak. Nézzük az érem másik oldalát is. Pető Iván, a szabad demokraták médiapolitikusa úgy látja, az újságírók döntő többsége felkészületlen a konkrét témából:

– Úgy ül le interjút készíteni, ahogy nem lenne szabad. A kérdéseket előre leírja, de ha az egyikre nem kap választ, képtelen rögtönözni és megszorogatni az alanyát. Máskor már az első pillanatban nyilvánvaló, gőze sincs a témáról, a pillanatnyi helyzetet is éppen csak ismeri, de az előzményeket, a háttérrel, a részleteket egyáltalán nem. Sőt: a legrosszabb, amikor nyilvánvalóvá is teszi, elképzelése sincs, mit kell kihoznia az interjúból. Azt várja, hogy a nyilatkozó megvilágosítsa, mi a fontos az adott ügyben – magyarázza.

A médiapolitikus hozzáteszi: olyan is bőségesen előfordul, hogy az újságíró nem az interjúalany mondanivalójára kíváncsi, hanem saját elképzelését szeretné világgá kürtölni és interjú címén publicisztikát tenne közzé. Ha a nyilatkozónak ilyenkor az a benyomása, hogy az újságíró alkalmatlan az interjú pontos visszaadására, nem megalapozatlanul véli úgy, a cikket a végén neki kell megírnia.

– Az újságírók zöme nem képes egy magnóra felvett élőbeszédet publikálható formába szerkeszteni. A lényegtelen nehezen különbözteti meg az érdemi mondanivalótól, nem tudja követni a beszélgetés logikáját. Sokan utólag változtatják meg vagy fogalmazzák át a kérdéseiket. Mindezek miatt az interjúalany jogosan érzi: érdemben kell javítania a szájába adott szövegen, s ilyenkor már nincs határ, át is írja az eredeti interjút.



Pető szerint tehát kettőn áll a vásár: az interjúalany eleve hajlik arra, hogy átírja az előbeszéd esetlegességeit. Az újságíró viszont nem tud a szakmai normák szerint dolgozni, és nem tudja visszautasítani az interjúban elhangzottak utólagos átírását sem, mert alkalmatlan feladata ellátására. Sem tartalmi vonatkozásokban, sem a szöveg egyeztetési menetrendjében nem mer fellépni, már csak azért sem, mert tudja, hogy mit nem tud.

Az biztos, hogy az újságírónak is lenne tenni- és tanulnivalója bőven. Bár csaknem két évtizede volt rendszerváltás Magyarországon, előtte és utána is jó ideig hiányzott a szakma autonómiája (kivéve a rendszerváltás körüli rövid időszakot, amikor kevesen vonták kétségbe a sajtó függetlenségét és objektivitását). Így a magyar újságírók zöme nem tanult meg elég jól kérdezni, rutinja szerény, ma is kevés a színvonalas oktatási intézmény és a „jó tanár”. Míg a *BBC* riportere addig kérdez és faggat, míg korrekt és kielégítő választ nem kap, Magyarországon – a szakmai súllyal, komoly hozzáértéssel, felkészültséggel és kellő bátorsággal rendelkező újságíróktól eltekintve – a sajtómunkások általában leszerelhetők és eltéríthetők. Dolgukat tovább nehezítheti, hogy a jelenségnek nemcsak szocializációs, hanem intézményi okai is lehetnek: a szűk kis magyar piacon – szemben a hatalmas amerikai és brit médialehetőségekkel – a lapok nem mindig élhetnek meg politikai támogatók nélkül.

Az „elkötelezettség” pedig megerősíti az ellentmondást: bár a szakmai elvárások (az újságírói etikai kódexek) az angolszász újságírás normáit fogalmazták meg, a gyakorlatban nem elsősorban az objektivitás, a tényekre való összpontosítás, a belső pluralizmus elve és a függetlenség került előtérbe. Ezért a politikailag megosztott média is nagymértékben felelős. A jogi háttér és az újságírói felkészületlenség „csak” bónusz.

## És Nyugaton?

Nem kell messzire mennünk. Ausztriában a törvényi sajátosságok és az erős, külső befolyásolásnak ellenálló médiaberendezkedés miatt az újságíró nem kötelezhető arra, hogy bármit is jóváhagyásra visszaküldjön.

– Erre sem törvény, sem más szabály, sem az újságírói etikai norma nem kényszeríti. Sajtószabadság van. Ha a nyilatkozó kéri is a szöveget, az újságíró visszautasíthatja az igényt – mondja Rubina Möhring, a Riporterek Határok Nélkül nemzetközi újságíró-szervezet ausztriai kirendeltségének elnöke, az *ORF* osztrák közszolgálati televízió riportere, újságíró.

A szakember állítja: Nyugat-Európában csak kivételes esetben, háttérbeszélgetés vagy egy nehezen feldolgozható, bonyolult téma esetén fordul elő „engedélyezettetés”, de akkor is kizárólag az adatok ellenőrzése miatt.

– Ha a változtatási kérés indokolt, és van értelme, természetesen módosítunk. De ez minden esetben az újságíró döntése. Nem fordulhat elő, hogy bekezdések, mondatok kerüljenek ki vagy be, netán a megszólaló szerkesztési feladatot lásson el. A kért módosítások a tartalmat nem érinthetik, azt nem befolyásolhatják, legföljebb egy-egy szóra, kifejezésre vonatkozhatnak.

Rubina Möhringnek abból sosem származott konfliktusa, hogy nem küldte vissza a szöveget a megszólalónak. Kérdés miatt azonban neki is akadt problémája.

– Wolfgang Schüssel kancellárral készítettem interjút, aki egy kérdésre nem akart válaszolni. Ezért háromszor is újra nekimentem, majd miután elhárította, beleírtam a szövegbe, hogy kikerülte a választ. Felháborodott, de az ügynek nem lett következménye.

Amúgy van mód a reklamálásra. Ha a nyilatkozónak gondja támad a megjelent szöveggel, az Osztrák Sajtótanácshoz fordulhat jogorvoslatért. A felelősséget minden esetben a főszerkesztő viseli. Az ő döntésére (helyesbítésére, korrigálására, negligálására) az újságíró is reagálhat, és ha úgy érzi, sérelem érte, szintén a tanács elé viheti a problémáját.

– Ami a lényeg: a sajtóra „külső nyomást” senki nem gyakorolhat – összegez Rubina Möhring.

## Amerika - égesd el a jegyzeteidet!

Az Egyesült Államok újságírói gyakorlatában szintén ismeretlen az „okéztatás” fogalma. Egy amerikai vagy angol nyilatkozónak meg sem fordul a fejében, hogy ellenőrizze, mit és hogyan ír le az újságíró. A ferdítő sajtómunkás ugyanis a karrierjével és a szakmai hitelével játszik.

A nyilatkozó viszont a mondataiért vállal felelősséget. Ami a magnón van, az közölhető – ez a játékszabály.

– Soha semmit nem küldünk vissza a megjelenés előtt. A tények ellenőrzése az újságíró, nem a nyilatkozó feladata. Az utóbbival mindenekelőtt tisztázzuk, hogy anonim háttérbeszélgetés vagy nyílt interjú zajlik-e, esetleg háttérinformációt, vagyis legföljebb akkor idézhető adatot kapunk, ha azt más forrásunk is megerősíti – mondja Dunai Márton, aki hat évig tanult és dolgozott az amerikai médiában. Megfordult kaliforniai regionális lapoknál és a *Wall Street Journal*nak is írt.

Dunai állítja, az újságíró legföljebb akkor szól a forrásnak, ha már megjelent a cikk.

– De már ez is udvariasságnak számít. Aki akar, utólag perelhet. Ennek feltétele, hogy bizonyítható legyen: az újságíró szándékosan írt valótlanosságot, vagy könnyedén ellenőrizhette volna a kifogásolt részt. A törvény a jóindulatú tévedést megengedi.

Egy kialakulóban lévő bírói gyakorlat ennek ellenére a közsférában lehetővé teszi, hogy per során bizonyítékként

felhasználhatók legyenek az újságírók jegyzetei.

- Ha a kolléga nem tárja a bíróság elé a jegyzeteit, akár börtönbe is kerülhet. Sokan ültek is pár hónapot, hogy forrásaikat védjék. A szakmában ezért sokan azt javasolják, hogy semmisítsük meg a régi jegyzeteket.

Dunai Márton úgy látja, a gazdasági újságírás területén sem szabad megmutatni az anyagot a forrásnak, mert ha tudja, mit írnak - felrúgva a fair tájékoztatás elvét -, az információt a tőzsdén mások előtt használhatja.

Szóval Amerikában nincs okéztatás.

- Egyszer majdnem kirúgtak, amikor a magyarországi ösztöneimre hallgatva előzetesen elküldtem egy megszólalónak a cikk részletét. Nem viccelek: utolsó figyelmeztetést kaptam. Többé nem hibáztam.

Dunai szerint Magyarországon túl közel kerültek egymáshoz a nyilatkozók és az újságírók.

- Ha nem bíznak bennünk, hát nem bíznak. Ez fordítva is igaz. Az anyag pedig csak jobb lesz, ha több forrásból ellenőrizzük, hogy a nyilatkozók igazat mondanak-e. Ez különben sem légből kapott szakmai követelmény. Miért higgyem el bárkinek is, amit mond? Főleg akkor, ha nem bízik magában, és hozzátesz, kihúz elhangzott vagy ki nem mondott gondolatokat? Hat év amerikai újságírás után felbőszít a magyar gyakorlat. Persze ehhez a sajtónak becsületes, szakmailag kifogástalan munkát kell végeznie, az újságírónak biztosnak kell lennie abban, hogy amit ír, az igaz, és ezt tényekkel is alá tudja támasztani. Akkor a forrás, már bocsánat, mondhat, amit akar.

## A brit gyakorlat - udvariasság

A BBC tájékoztató műsorok készítésére vonatkozó irányelvei - azon kívül, hogy megszabják, a közreműködőkkel „nyíltan, őszintén és udvariasan kell bánni” - azt is tartalmazzák:

„A BBC szerkesztőségi függetlenségét mindenkor meg kell őrizni, de a közreműködők nem érezhetnek olyasmit, hogy érdekeiket semmibe vesszük, félrevezetjük őket vagy rájuk erőltetjük a szereplést.”<sup>12</sup>

A bemutatás intézménye létezik, de célja és formája más, mint nálunk:

„Minden szereplőnek joga elkérni és megkapni a műsor vázlatos forgatókönyvét, és tájékoztatni kell őt bármely lényegi változásról. A szerkesztő esetenként dönthet úgy, hogy a sugárzás előtt bemutatja a műsort a tények pontosságának ellenőrzése, szakértői vélemény kikérése vagy az adáshoz különleges módon hozzájáruló szereplő érdekében. Az ilyen előzetes bemutatók kivételesek, és sohasem értelmezhetők a BBC szerkesztői szabadságának korlátozásaként. Egyetlen résztvevő vagy külső testület sem kaphat vétőjogot.”<sup>13</sup>

Interjúk esetén a szereplőket a kérdések főbb területeiről kell előzetesen tájékoztatni. A kölcsönösség elve sok tekintetben meghatározó:

„Még a BBC szerkesztői függetlensége iránti túlzott odaadás sem eredményezheti azt, hogy a munkatársak durván elhárítsák a szereplők kéréseit. Még akkor sem, ha azokat nem lehet a kívánt mértékben teljesíteni.”

És fordítva:

„Hasonlóképpen a műsorok készítőitől elvárható, hogy határozottan viselkedjenek azokkal a szereplőkkel szemben, akik az udvariasságot és az együttműködési készséget összetévesztik a szerkesztői ellenőrzés feladásával.”<sup>14</sup>

Mivel az aktuális és a tervezett magyar etikai kódexek sok tekintetben a BBC elveit veszik alapul, a szöveg megjelenés előtti ellenőrzése szempontjából érdemes összevetni a nyomtatott sajtó és az elektronikus média gyakorlatát. Az idézett részek kitérnek arra, hogy a tények tartalmi pontosságának ellenőrzése miatt mikor és milyen körülmények között van szükség az élő, felvett vagy vágott anyagok előzetes bemutatására, ami ugyanakkor semmi esetre sem jelentheti a szerkesztői/újságírói szabadság korlátozását. A reguláció okos és használható kompromisszumot jelenthet a magyar sajtómunkások számára is.

Persze sok esetben azért nálunk is működik a rendszer, méghozzá kölcsönösségi alapon: a nyilatkozó átnézi a szöveget, s ha tartalmi vagy ténybeli tévedést talál, jelzi az újságírónak, aki - az anyag terjedelmét, stílusát, érthetőségét figyelembe véve - módosítja a kért mondatokat, kifejezéseket. De nem a megszólaló teszi hozzá vagy veszi ki az általa megfelelőnek vagy épp elhanyagolhatónak tekintett részeket. Azaz: nem az előzetes átküldés gyakorlata helytelen, inkább az nem járható, hogy az újságírónak nincs semmilyen eszköze az esetleges túlkapások kezelésére és visszaszorítására.

## Magyar kódex

A MÚOSZ etikai kódexe a sajtótörvény rendelkezéseiből az újságíró kötelességeit elemzi. Eszerint az újságírói etika ellen vét az, aki

„...a nyilatkozó hozzájárulása nélkül lényeges változtatást hajt végre annak nyilatkozatán, illetve figyelmen kívül hagyja a kért tartalmi módosításokat, a nyilatkozó, a riportalany véleményének,

kijelentésének tüntet fel olyasmit, amit az nem mondott, valamint a nyilatkozó kérése ellenére nem mutatja be nyilatkozatát az érintettnek.”<sup>15</sup>

Ebből sok újat nem tudtunk meg. És támpontot sem találunk a megoldáshoz. Nézzük tovább:

„Az interjú alanyának, a nyilatkozónak, a műsorban szereplőknek csak előzetes megállapodás alapján kell bemutatni az elkészült anyagot. Ennek célja a ténybeli hibák kiküszöbölése lehet. Az interjútól mindkét fél elállhat.”<sup>16</sup>

Az etikai kódex a sajtótörvény „kiegészített változata”. Ha a nyilatkozó kérése ellenére az újságíró nem mutatja be a szöveget, nemcsak jogi, hanem etikai vétséget is elkövet.

A nyilatkozó nemcsak a ténybeli adatokat, hanem arra hivatkozva számos egyéb, az információkat nem érintő megjegyzést, átkötő elemet, „riportos” részt is korrigálhat. A visegrádi alapelvek<sup>17</sup> és a négy szakmai szervezet – a Magyar Újságírók Országos Szövetsége, a Magyar Újságírók Közössége, a Magyar Katolikus Újságírók Szövetsége, valamint a Sajtószakszervezet – közös etikai kódexe sem tér ki erre a részletre.<sup>18</sup>

Az angolszász modell nyomait leginkább a Független Médiaközpont által összefogott Önszabályozó Testület tervezett etikai kódexében fedezhetjük fel, amely a többiekénél részletesebben vizsgálja a visszaküldés problémáját.<sup>19</sup>

A kódex tervezete szerint a beszélgetés elején az újságíró felelőssége, hogy minden szabályt tisztázzon a beszélgetőpartnerével. Az interjú fajtáját (nyílt, kérdés-válasz formájú, élő, rögzített), továbbá azt, hogy a nem közlésre szánt mondanivalót a megszólaló külön jelezze, valamint a rögzítés formáját és módját, illetve a tényt, hogy az interjú közszereplésnek minősül, azaz később nem lehet magánbeszélgetésnek titulálni.

A precíz, a saját és az alany jogait ismerő újságíró a sajtóról szóló hatályos törvény alapján jár el. Vagyis csak az interjúalany kifejezett kérésére küldi vissza a szöveget, illetve akkor, ha azt a beszélgetés elején ő maga felajánlotta. És persze az interjút nem közli, ha a nyilatkozatot adó személy hitelt érdemlően bizonyítja, hogy a beszélgetés szövegét az újságíró megváltoztatta.

Az interjút a médium csak eredeti (a beszélgetés során rögzített) formában közölheti. Más kérdés, hogy hol az a lap, amelyik szó szerint leközzölne egy akár másfél órás szerkesztetlen beszélgetést.

Az interjúalany érdemben nem változtathat utólag a szövegen, a szövegben legfeljebb ténybeli tévedéseket javíthat, ám érdemi tartalmi változtatásokat csak egy új interjúban (esetleg olvasói levélben) tehet. Az erről való döntés a szerkesztő felelőssége.

Szakemberekkel folytatott beszélgetések, külföldi példák és gyakorlat alapján az alábbi változtatások, kiegészítések szakmai kódexbe foglalása tűnhet indokoltnak:

1. Riportot, portrét, rövidebb megszólalásokat, „a nép hangja”- interjúkat még kérésre sem kellene átküldeni „jóváhagyásra”.
2. Az újságíró a beszélgetés elején tisztázza, hogy a szöveg terjedelme, stílusa, hangvétele nem változtatható.
3. Az esetleges módosítások kizárólag a ténybeli adatokra, információkra vonatkozhatnak.
4. Minden egyéb módosítást az újságíró belátása szerint mérlegelhesen. Ha nem tartja megalapozottnak a kérést, visszautasíthatja azt.
5. Az újságíró kérhesse, hogy az interjú készítésekor harmadik személy (sajtós, kommunikációs vezető) ne legyen jelen. Am ha az interjúalany alapos indokot szolgáltat, fogadja el a kérést.
6. Az újságíró ragaszkodjon ahhoz, hogy az átküldött szöveget ne a sajtós vagy más harmadik személy, hanem maga a nyilatkozó olvassa át.

„Anyalpom” főszerkesztője írásban a következő kommentárt toldotta egy, a Legfelsőbb Bíróság elnökével készült interjú mellé:

„Az interjút – a magyarországi gyakorlatnak megfelelően – megjelenés előtt elküldtük Lomnici Zoltánnak, hogy módja legyen elolvasni a beszélgetés szerkesztett változatát. A Legfelsőbb Bíróság elnöke saját szavait több helyen jelentősen árnyalta és kiegészítette. Így viszont az ő utóbb beírt állításaira az újságírónak nem volt lehetősége reagálni, azokkal kapcsolatban új kérdést feltenni, vagy bármit közbevetni.

Az újságinterjúk előzetes »kezelésének« ezt a roppant aggályos gyakorlatát – hiszen nem a legfőbb bíró az első, aki így jár el – érdemes lesz egyszer külön is megbeszélni. Nem szakmai vitában, magunk közt, dehogyan. Olyan téma ez, amely nem csupán arra tartozik, aki írja az újságot, hanem arra is, aki olvassa. Ez a néhány soros megjegyzés ugyancsak az újságíró tájékoztatását szolgálja. Ez, illetve ennyi jogunkban áll.”<sup>20</sup>

Talán több is. Beszéljünk róla.

## Egy kis pszichológia

Az alábbi nyilatkozótípusokat és karaktereket számtalan kollégával gyűjtöttük csokorba:

**A Kőkemény.** Felhív, és közli: az anyag úgy rossz, ahogy van. Ő nem azt és nem úgy nyilatkozta, ahogy az újságíró papírra vetette, különben sem azért mondta, amit mondott, hogy azt bárki leírja. A magnó és a jegyzet? Az nem ér semmit! Az általa követelt javítások nélkül nem járul hozzá a közléshez. Ha mégis megtörténne a közlés, bírósághoz fordul, és olyan pert akaszt a lap és a szerző nyakába, hogy a Legfelsőbb Bíróság adja a másikat. Egyébként is szívességet tett azzal, hogy szóba állt velünk.

**Az Úgyis jobban tudom.** Szinte az egész rá vonatkozó részt kidobja, mondván, majd ő megírja úgy, hogy jó legyen, neki ez igazán nem kerül semmibe, csak kiséget a szegény sajtómunkást, mert meggyőződése, hogy újságírásban is ő legjobb. Úgy véli, minél hosszabban, bonyolultabban és érthetlenebbül fogalmaz, annál okosabbnak, kompetensebbnek tetszik. Valahogy így: „Az adott kérdésre vonatkozó jogszabály az 1996. évi II. törvény 13. bekezdés ötödik paragrafusában megfogalmazott elveknek köszönhetően olyan jogalkalmazást nyerhet, amely minden tekintetben megkönnyíti a helyzet rendezésének lehetőségét...” A mondatnak ezzel nincs vége. Nehezen érti meg, hogy a cikk nem csak róla szól, és az sem árt, ha adunk esélyt az olvasónak a dekódolásra.

**Akinek az év eseménye a nyilatkozat.** Rutintalan, a sors szeszélye folytán keveredett egy ügybe, általában mellékszereplőként. Úgy érzi, eljött a nagy pillanat: minden szavának súlya és jelentősége van, nem fogalmazhat slendriánul. Konkrét példa: egy orvos egy félrediagnosztizált eset apropóján az „olcsó” szót használta, amit utóbb, írásban „financiálisan kifizetődőbb” kifejezésre módosított. Az újságírói felvetésre, miszerint így élő ember nem beszél, élő olvasó pedig elalszik rajta, így reagált: „Őn ezt nem érti, magukat csak a bulvár érdekli. Ha nem hajlandó kicserélni a kifejezést, visszavonom a nyilatkozatot.”

**A Rutinos üzletember.** Tudja jól, hogy érdeke a megjelenés, és érdeke, hogy együttműködjön az újságíróval. Megköszöni a lehetőséget, dicséri az írást, minden mondatát szinte tökéletesnek látja. Csak néhány apró megjegyzése lenne... És ekkor litániába kezd a javítandókról. Ha az újságíró ellentmond, hümmög, enged valamennyit. A rutintalan újságírót felfalja. Ha nem kap észhez, végül teljesen átírja a szöveget.

**A Csak legyen nyoma típus.** Írásban kéri a kérdéseket, írásban válaszol, írásban reagál, írásban egyeztet. Másra nem hajlandó. Tudja, a szó kevés, olyankor torzulnak a tények, naná, hisz minden újságíró rosszul kérdez. Ő viszont a hivatal fontos munkatársaként nem hibázhat. Így úrrá lehet a helyzeten.

**Az Ideális (újságíróbarát verzió).** Felkészült, magabiztos, elismeri az újságíró kompetenciáját. Tudja, mi kell a bulvárnak, mi a kereskedelmi tévének és mi az értelmiségi hetilapnak. Megkérdezi, mennyi ideje vagy helye van, aszerint összegzi a mondanivalóját. Bármikor szívesen áll rendelkezésre. Egyeztetéskor érdeklődik, van-e mód pár szót módosítani. És tényleg pár szót módosít, méghozzá jó érzékkel.

**A Hadd mondjam el.** Mikrofonállványnak tekinti az újságírót. A kérdést nem hallja, attól függetlenül darálja a magáét, nem érdekli, mi a téma. Nyomja az „üzenetet”. Kizökkenhetetlen, semmilyen külső körülmény nem zavarja.

**A Hadovás.** Nincs mondanivalója, kínosan ügyel rá, hogy ne legyen véleménye, hiszen abból baj lehet. Egyetlen célja, hogy mutassa magát. A szereplés kedvéért bevállalja még a fontos kérdéseket is. Rutinos, ha az újságíró nincs résen, észrevétlenül eltereli a beszélgetést. Megvannak a paneljei, tudja, mely kulcsszavakra és kifejezésekre ugrik a felkészületlen sajtómunkás.

**A Harcolni minden áron típus.** Ellenségnek tekinti az újságírót, akit valahogy mégis el kell viselnie, hiszen nélküle nincs interjú, nincs megjelenés, nincs kin átfolyatni az üzenetet. Mindvégig érezteti, hogy övé a hatalom, ő diktálja a feltételeket, és különben is együtt járt gimnáziumba a főszerkesztővel. Kegye, hogy ad félórát az életéből, amiért az a minimum, hogy az újságíró egyeztetéskor aléltan bólogat, s esze ágában sincs „kötözködni”.

**A Ripacs.** Inspirálja a mikrofon, „ha meglát egy ipari kamerát, rögtön szónoklatba kezd”. Úgy érzi, jár neki az újságírók folyamatos érdeklődése. Magabiztosságából nem zökken ki semmi. Ösztönből és azonnal nyomja a profi, vicces vagy épp megdöbbenő retorikai fordulatokat, amelyekkel estére tele vannak a híradók, másnap pedig a címlapok.

**És végül: a Kompetens sajtós.** Felelőssége teljes tudatában veszi kezébe az interjú elő- és utógondozását. Érzi, sőt tudja, valójában őt kérdezik, ő az igazi nyilatkozó, a miniszter csak a fotók miatt kell. Előre egyeztetni kíván minden szót, kérdést, kijelentést. Ő rendelkezik a megszólaló idejével, mondanivalójával. A Nagy Embert megközelíteni kizárólag rajta keresztül lehet. Természetesen bent ül az interjún, csetteg, csóválja fejét, mosolyog, türelmetlenül nézi az óráját. Krónikus esetben közbeszól, javítja a nyilatkozó szájából elhangzottakat.

## Lábjegyzetek

1

1986. évi II. törvény a sajtóról, egységes szerkezetben a végrehajtására kiadott 12/1986. (IV. 22.) MT-rendelet 11. § d és e pont.

2

1992. évi LXIII. törvény a személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról 3. § 3. pont.

3

Lásd a dokumentumról készített pódiumbeszélgetés szerkesztett változatát e lapszámunkban – a szerk.

1990. évi XI. törvény a sajtóról szóló 1986. évi II. törvény módosításáról.

1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról – 49. §.

1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról.

Sarkady Ildikó: *Médiajogi írások*. Budapest: Új Mandátum Kiadó, 2005, 14. o.

Üres címlappal tiltakoznak a szlovák újságok. *Marketing és Média*, 2008. március 27.

([http://www.fn.hu/media/20080327/ures\\_cimlappal\\_tiltakoznak\\_szlovak/](http://www.fn.hu/media/20080327/ures_cimlappal_tiltakoznak_szlovak/), utolsó letöltés: 2008. október 21.).

Új sajtótörvény: Megszavazva! (<http://www.parameter.sk/rovat/kulfold/2008/04/09/uj-sajtotorveny-megszavazva>, utolsó letöltés: 2008. október 20.).

Lásd Sarkady, *im*.

Constitutional court confirms law punishing media publishing unauthorised articles – Press release ([http://www.rsrf.org/article.php3?id\\_article=28901](http://www.rsrf.org/article.php3?id_article=28901), utolsó letöltés: 2008. október 10.).

A BBC irányelvi tájékoztató műsorok készítéséhez (<http://korbely.freeweb.hu/4lecke.html>, utolsó letöltés: 2008. augusztus 10.).

BBC Editorial Guidelines – Fairness, Contributors & Consent

(<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/fairness/farinesstocontr.shtml>, utolsó letöltés: 2008. szeptember 29.).

A BBC irányelvi tájékoztató műsorok készítéséhez (<http://korbely.freeweb.hu/4lecke.html>, utolsó letöltés: augusztus 10.).

MÚOSZ etikai kódex 3. §, 3.2.1 pont (<http://www.muosz.hu/kodex.php?page=etikai&sub=etikaikk04>, utolsó letöltés: augusztus 10.).

MÚOSZ etikai kódex 3. §, 3.2.3 pont (<http://www.muosz.hu/kodex.php?page=etikai&sub=etikaikk04>, utolsó letöltés: augusztus 10.).

Lásd [http://www.caledoniamedia.com/docs/visegrad\\_guidelines\\_hu.pdf](http://www.caledoniamedia.com/docs/visegrad_guidelines_hu.pdf) (utolsó letöltés: 2008. augusztus 10.).

A Magyar Újságírók Országos Szövetsége, a Magyar Újságírók Közössége, a Magyar Katolikus Újságírók Szövetsége, valamint a Sajtószakszervezet Közös etikai alapelvei ([http://www.makusz.hu/index\\_new.php?mode=static&id=makusz\\_etikai\\_kodex](http://www.makusz.hu/index_new.php?mode=static&id=makusz_etikai_kodex), utolsó letöltés: 2008. augusztus 9.).

Lásd <http://www.cij.hu/index.php/articles/c320/> (utolsó letöltés: 2008. október 13.).

168 Óra, 2007. június 7. A „Vizsgálat előtt” című interjút Trencsényi Dávid készítette.



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](#)

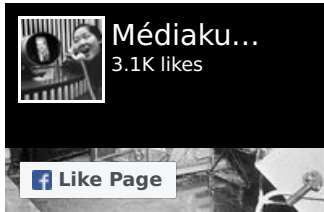
Partnereink

[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 2008 tél

### Magyarország

[Barta Judit:](#)

# A szélsőjobb oldali tematika kezelése a magyar médiában

A Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet először 1996-ban mérte a társadalom szélsőjobb oldali megnyilvánulásokkal szembeni attitűdjét. Tizenegy évvel később, 2007-ben megismételte a felmérést. A kettő összevetéséből az tűnik ki, hogy a magyar társadalom veszélyérzete, a szélsőséges eszmékkel szembeni immunitása jelentősen csökkent az elmúlt évtizedben. Vajon mi a média felelőssége ebben a folyamatban? A magyar média mostanáig három sikertelen stratégiát alkalmazott a szélsőséges jelenségek bemutatására: a túldramatizálást, a bagatellizálást és a támogatást.<sup>1</sup>

## 1. Bevezetés

A jelen esszé tárgya a szélsőjobb oldali megnyilvánulások magyar médiában való megjelenése az elmúlt években. A fő kérdésünk az volt, hogy a magyar médiumok mennyire tudták „professzionális” módon kezelni a jelenséget. Tény, hogy a média részéről a szélsőségek, a radikális megmozdulások bemutatása minden országban, így nálunk is egy tanulási folyamat része.

Egy általános jellegű diagnózis szükségszerűen pontatlan, a médiaelemzők és a megkérdezett újságírók egybehangzó véleményei, illetve egyes konkrét esetek elemzése alapján mégis megalapozottnak tűnik az a következtetés, hogy a magyar média nem elég „szakszerű” a szélsőjobb oldali megnyilvánulások tálalásában és interpretálásában. Ennek az írásnak a probléma felvetésén túl az az egyik célja, hogy rámutasson azokra a dilemmákra és akadályokra, amelyekkel a hazai újságírók szembesülnek a demokratikus alapelveket sértő megnyilvánulások bemutatása kapcsán. További célja azoknak a főbb szakmatörténeti okoknak az azonosítása, amelyek a téma professzionális kezelésének hiányosságait magyarázzák. Végezetül, annak fényében, hogy egyre gyakoribbak a szélsőjobb oldali demonstrációk és provokációk, a jelen írás külföldi pozitív példák alapján arra tesz ajánlásokat, hogy a hazai média a közeljövőben miként kezelje felkészültebben és tudatosabban a hasonló eseményeket.

Az anyag összeállításakor egyfelől a hírfogyasztó perspektíváját választva azt vizsgáltuk, hogy a szélsőjobb oldali események miként csapódnak le a média szűrőin keresztül. Ezt a „naiv” nézőpontot kiegészítettük közvélemény-kutatások eredményeivel, médiaszakértők külső és újságírók belső helyzetelemzésével – publikációkból merítve, illetve általunk megkeresett szóbeli forrásokra támaszkodva. Végül jó gyakorlatokat keresve megvizsgáltuk, hogy a szélsőjobb oldali jelenségeket miként kezeli a brit és a német média. Módszerünk tehát a tartalom- és a forráselemzés, illetve a félig strukturált interjúk ötvözete.

## 2. A szélsőjobb a társadalmi és politikai klíma, illetve a médianyelv tükrében

A 2008. júliusi melegfelvonuláson történt atrocitások csak egy újabb példáját nyújtják annak az erősödő intoleranciának és kirekesztő attitűdnek, amely a mai magyar társadalom egy részét jellemzi. A Tárki mintegy másfél évtizede méri a társadalom idegenellenességét, amely – a kisebbségekkel szembeni negatív attitűdök mellett – az előítéletesség fontos indikátora. A 2007-es felméréséből kiderül, hogy tavaly februárban a felnőtt lakosság csaknem negyede – 27 százaléka – volt idegenellenesnek tekinthető. A rejtett idegenellenesség aránya 2002 és 2005 között gyorsan nőtt, a teljes (nyílt és látens) idegenellenesség mértéke 1993 és 2006 között megduplázódott, majd ezen a magas szinten állandósult (Dencső & Sík, 2007). Az idegenellenesség növekedésével összhangban az antiszemitizmus is erősödött az elmúlt években Magyarországon:

„Ma már a szélsőséges antiszemiták aránya jócskán meghaladja a húsz százalékot a felnőtt lakosságon belül, és legalább ennyien vannak a zsidókkal szemben enyhébb vagy súlyosabb előítéletet táplálók” (Vásárhelyi, 2008).

Nemcsak nálunk, hanem Európában is hasonló tendenciák figyelhetők meg. Az Új Európa Barométernek a Tárki

részvételével készült, 2005-ös nemzetközi összehasonlító kutatásából az derül ki, hogy 13 poszt-socialista ország (köztük Magyarország) esetében a lakosság jelentős része veszélyforrásként érzékeli az adott országban élő etnikai kisebbségeket és migránsokat, illetve a menekülteket (Dencső & Sík, 2007). Az egyik vezető amerikai polgári jogi civilszervezet, az Anti Defamation League (ADL) 2007-es vizsgálata azt regisztrálta, hogy Európa-szerte erősödött az antiszemitizmus: 2005 és 2007 között Ausztriában 38-ról 54, Belgiumban 41-ről 54, Hollandiában 36-ról 46, Svájcban 38-ról 44, Angliában 39-ről 50, Magyarországon pedig 37-ről 50 százalékra emelkedett azoknak az aránya, akik szerint „a zsidók lojalisabbak Izraellel szemben, mint saját hazájukkal, azzal az országgal, amelyben élnek” (ADL, 2007).

Magyarországon a megállapodott demokráciákhoz képest ugyanakkor egyedi jelenség, hogy az alkotmány betűit sértő megnyilvánulásokra rendre a szólásszabadság nevében, a gyülekezési törvény „hatálya” alatt kerül sor. A szélsőséges megnyilvánulások terjedését segíti, az objektív tájékoztatást pedig akadályozza, hogy ma nincs egyértelmű határvonal, amely elkülönítené egymástól a szalonképes és a szalonképtelen, a társadalmi békére veszélyes és az arra ártalmatlan megnyilvánulásokat. A határok elmosódásának szimbolikus, egyben abszurd megnyilvánulása, hogy a melegtüntetés kapcsán arról folytatnak jogi vitát, a tojásdobálás még belefér-e a véleménynyilvánítás szabadságába vagy sem.

„A társadalomban és a politikában ma nincs konszenzus a tekintetben, hogy mi tekinthető szélsőségesnek és mi nem, így nehéz helyzetben van a média, hogy miképpen kezelje a kérdést” – véli Monori Áron, a Sajtószabadság Központ munkatársa. Ezzel az alapproblémával egy újságíróforrásunk, Kert Attila, a *Magyar Televízió* (MTV) hírigazgatója is egyetért. Szerinte a korábban meglévő konszenzus felborulását jól jelzi, hogy míg 1992. október 22-én, amikor Göncz Árpádot kifütyülték és egy Árpád-sávós zászló jelent meg a rendbontók között, a közéleti vita arról szólt, melyik politikai oldal tehető felelőssé azért, hogy ez megtörténhetett. Ma az a kérdés, hogy szalonképes-e az Árpád-sávós zászló vagy sem.

A Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet először 1996-ban, majd a Magyar Gárda nevű politikai radikális és szélsőjobboldali szervezet megalakulását követően, 2007 nyarán vizsgálta, hogy a társadalom mekkora veszélyt lát a szélsőséges, nyilas és antiszemita nézeteket hangoztató csoportosulásokban. A két időpontban készített felmérés összevetéséből az derült ki, hogy tíz év alatt mintegy 15 százalékkal csökkent azok aránya, akik társadalmi veszélyt látnak az ilyen csoportosulásokban, és ötről 13 százalékra nőtt azoké, akik nyíltan támogatják őket („Azért nem veszélyesek, mert valódi problémákra hívják fel a figyelmet”, lásd Medián, 2007). Témánk szempontjából nem mellékes, hogy 2007-ben a *HVG* rendelte meg a Mediántól a felmérést, ami jelzi, hogy az újságírók számára a szélsőjobboldali jelenségek kezelésében – vagy legalábbis annak eldöntésében, hogy miképpen foglalkozzanak azokkal – fontos támpontot jelentenek a közvélemény-kutatások. Ugyanakkor egyik *MTV*-s forrásunk szerint arra ez idáig nem kaptak megfelelő orientálást a közvélemény-kutatásokból, hogy a szélsőséges nézetek jelenlétét mennyire erősítik azzal, ha egyáltalán foglalkoznak az ilyen csoportosulásokkal. A Medián idézett adatait Vásárhelyi Mária szociológus egyértelműen a társadalom kirekesztéssel és szélsőséges eszmékkel szembeni immunitásának és veszélyérzetének drasztikus csökkenéseként értelmezi, amit szerinte tovább súlyosbít a felelősségelhárítást jelző attitűd erősödése a társadalom egy részében és a rasszizmussal szembeni erőteljes elbizonytalanodás (Vásárhelyi, 2007). Ilyen körülmények között a közszolgálati médiára még nagyobb felelősség hárul, hogy adekvát tájékoztatással a társadalom veszélyérzetét a megfelelő szinten tartsa.

A médiaháború során kialakított médianyelv nagyban felelős azért, hogy a demokratikus kultúra nem tudott megfelelően kibontakozni, s a fenti problémák – a konszenzus hiánya a szélsőségesség megítélésében, az előítéletesség növekedése, a társadalmi veszélyérzet csökkenése – mind ennek a deficitnek a megjelenési formái. Kiss Endre filozófus szerint:

„A médiumokban megjelenő és a politikai teret alapvetően kategorizáló nyelvhasználat az íratlan demokrácia szabályait be nem tartva olyan barát-ellenség-viszonylatokat teremt, amelyek mindkét oldalról igen közvetlen szálakon vezetnek a másikkal szembeni totalitarizmusgyanú utalásszerű vagy direkt jelzéséhez. Nos, a totalitarizmusgyanú artikulálása az íratlan demokrácia be nem tartásának szélsőségesen kritikus változata, ami igen hamar aláásta a magyar demokrácia szellemiségét” (Kiss, 1997: 68).

Az emberek fejébe plántált szélsőjobbveszély tehát 1990 óta ott lebeg a jobboldal felett, akárcsak a kommunistakollaboráns-veszély a másik oldal felett. Egy ilyen felállásban a szélsőjobboldali megnyilvánulások túl gyakran használt ütőkártyák a politikai játszmákban ahhoz, hogy még egy magát függetlennek is gondoló médium kellő távolságtartással tudja kezelni azokat, s az események tálalásával ne az egyik oldal iránti elköteleződését demonstrálja.

### **3. A hazai média viszonyulása a szélsőjobboldali megnyilvánulásokhoz**

A demonstratív szélsőjobboldali megnyilvánulásoknak a média többnyire nagy hírértéket tulajdonít, sokszor szakértők is „élőben” kommentálják az eseményeket. Egy-két példát kiragadva: a média híven tudósított arról, amikor a Goj Motorosok felvonultak Olaszliszván, amint arról is, hogy a melegtüntetés előtt Molotov-koktélt dobtak a melegek egyik találkozóhelyére, nem beszélve a Magyar Gárda éppen aktuális masírozásairól.

Általában az egyes médiumoknak, így a televíziócsatornáknak sincs a szélsőjobboldali jelenségek tárgyalásával kapcsolatos „hivatalos állásfoglalásuk”, „írásos szabályzatuk” vagy „kezelési útmutatójuk”. A gyakorlatban rovatszerkesztők, műsorszerkesztők, tévés hírigazgatók döntenek, és egyéni belátásukra, szakmai rutinjukra van bízva a kérdés, hogy foglalkozzanak-e a szóban forgó szervezetekkel és eseményekkel, és ha igen, milyen formában. Forrásaink szerint írásos irányelveknek az *MTV*-nél például azért sem érzik szükségét, mert az 1996. évi



I. törvény (közkeletű nevén a médiatörvény) 3. § 2-3. bekezdései elég világosan megszabják a kereteket, amelyek között mozoghatnak (lásd az 1. és a 2. mellékletet). Emellett úgy vélik, hogy nem feltétlenül egy lefektetett szabálygyűjtemény jelenti a kulcsot a jelenség hatékony kezeléséhez.

Íratlan szabályok azonban léteznek. Szűcs Gábor, a Híradó főszerkesztője és Kardos Ernő, az Este, illetve a Szólás szabadsága műsorok főszerkesztője kérdésünkre elmondta, hogy az MTV-nél alapelv: a jelentősebb szélsőjobboldali rendezvényekről tudósítani kell, anélkül azonban, hogy népszerűsítsék a kérdéses eszméket. Ennek jegyében általában nem szólaltatják meg a szélsőjobboldali szervezetek képviselőit vagy az erőszakos fellépést propagáló személyeket. Ugyanakkor van kivétel a szabály alól. Nemrégiben két roma fiatal be akart lépni a Magyar Gárdába, ám a szervezet nem vette fel őket. Az MTV stábjába elment a helyszínre, hogy interjút készítsen a két roma fiatallal és a szervezet helyi vezetőjével. Utána a szerkesztőségben kisebb belső vita robbant ki arról, hogy leadják-e a Garda helyi vezetőjének a megszólalását. Végül úgy értékelték, az annyira önleplező, hogy nem forog fenn a népszerűsítés veszélye. A köztévénél fontosnak érzik a kellő távolságtartást, hogy megfelelő súlyt adjanak a jelenségnek, azaz ne nagyítsák fel túlzottan. Ehhez elsődleges mérlegelési szempontként azt használják, hogy mekkora társadalmi erő áll az adott szervezet, személy vagy megmozdulás mögött.

A HVG álláspontja szerint a szélsőjobboldali témák kezelése nem különbözik bármilyen egyéb kényes – például adatvédelmi – ügy kezelésétől, pusztán annyi a sajátossága, hogy „óvatosabban kell hozzájuk nyúlni”, ami leginkább a tényeknek a szokásosnál is gondosabb ellenőrzését jelenti, illetve azt, hogy kezdő újságírónak nem adnak ki ilyen témát.

Az MTV és a HVG - forrásaink szerint - egyaránt azt szűrte le az elmúlt két évtized tapasztalataiból, hogy a jövőben általában véve is nagyobb óvatossággal, távolságtartással kell kezelnie a „provokatív” szélsőjobboldali megnyilvánulásokat, mint korábban. Ezt indokolhatja, hogy az elmúlt években a média részéről háromféle, önmagában is kifogásolható hozzáállás látszik kirajzolódni a szélsőjobboldallal kapcsolatban. Ezek a túldramatizálás, a bagatellizálás és a támogatás.

### 3.1. Túldramatizálás

A túldramatizálás gyakran a tények nem megfelelő ellenőrzéséből ered. Veszélye, hogy az amúgy is feszült közhangulatot még tovább fokozza, ahelyett hogy racionális mederbe terelné a közgondolkodást.

„A Magyar Garda kapcsán »fasizálódó Magyarország«, »a nácizmus térhódítása Magyarországon«, »szélsőjobboldali akciócsapatok terjedő garázdálkodása«, »a fasizmus térnyerése« – ilyen és hasonló jankajások sora volt olvasható az elmúlt hetekben, a Magyar Garda színre lépése óta a demokratikus sajtó különböző orgánumaiban” (Vásárhelyi, 2007).

2005-ben a tények nem megfelelő ellenőrzése miatt robbant ki indokolatlan médiahisztéria a Mortimer-ügy kapcsán, amikor a sajtóban liberális értelmiségiek azonnal felszólaltak a még be sem bizonyítottan rasszista támadás ellen; később kénytelenek voltak visszakozni.

A 2006-os „tévéostrom” előzmény nélküli volt a magyar közéletben, s így a média nyilván nem is lehetett teljes mértékben felkészülve az esemény kezelésére. A különböző tévécsatornák egyszerre tükrözték a honi média megosztottságát és a köztelevízió kiszolgáltatott helyzetét; mindkettő a túldramatizálás felé hajtotta a tudósításokat. A Gönczöl-bizottság jelentésében Ságvári Bence és Pillog Péter elemzésében olvasható a következő:

„A televíziós csatornák a régebbi és a friss események képeit mindennap bőségesen adagolták, ami felnagyította a kollektív erőszak jelentőségét és hozzájárult a társadalmi látásviszonyok megzavarodásához” (Ságvári & Pillog, 2007).

Ehhez járult hozzá, hogy az MTV, híradásaiban, sokáig nem tudott kilépni az „ostromlott vár” perspektívájából, amire az elmosódott kézi kamerás felvételek is ráerősítettek. Mindez persze érthető volt, de olyan emocionális töltetet adott a tájékoztatásnak, amely egy köztelevíziótól nem „ildomos”, főleg, hogy az objektív információk átadása is hiányos volt. Ságvári és Pillog szerint „a közvetítések során nem ismertették például azokat a jogi és rendőrségi (szak)ismereteket, amelyek törvényileg és szakmailag szabályozzák az ilyen eseményeket”. Az MTV és a HírTV egyaránt a háborús metaforák használatával dramatizálta az eseményeket.<sup>2</sup>

A túldramatizálás általános gyakorlata az elmúlt években abból is eredt, hogy a média a provokatív szélsőjobboldali jelenségekkel akkor is foglalkozik, amikor nem áll mögöttük valós társadalmi támogatottság, s így valójában az újságírók adnak nekik publicitást. Erre nyújtott példát a szabad szemmel érzékelhető politikai támogatottsággal nem rendelkező újnnyilas Bácsfi Diána médiamegjelenése, amelynek során a média bumeráנגeffektusa – leleplezés helyett felnagyított egy amúgy jelentéktelen esetet – jól tetten érhető volt.

### 3.2. Bagatellizálás

A túldramatizálás ellenpontja a szélsőjobboldali jelenségek bagatellizálása, amely a társadalmi veszélyérzetet egyértelműen erodálja. Ezt a hozzáállást nemcsak a jobboldali elkötelezettségű média részéről lehet tapasztalni. A TV2 kereskedelmi csatornán az antiszemita és rasszista nézeteiről ismert, a nyilvánosságban Tomcat néven szereplő Polgár Tamás bloggerrel folytatott interjúkat több ízben is egy reggeli szórakoztató műsor keretében adták le, könnyed beszélgetések közé ékelve. A szélsőséges nézetek veszélyességének fel nem ismerésére vagy annak figyelmen kívül hagyására a közszolgálati médiában is volt precedens. Egy nagy port felkavart esetet kiragadva: 2003-ban a hírhedt brit holokauszttagadó, szélsőjobboldali, antiszemita történész, David Irving fejthette ki a magyar közszolgálati tévében és rádióban azt a provokatív nézetét, hogy az 56-os magyar forradalom nem volt

más, mint a zsidó vezetés ellen fellázadt antiszemita tömeg megmozdulása. S bár az ORTT panaszbizottsága úgy határozott: azzal, hogy a köztelevízió és -rádió kommentár nélkül adta le ezt a beszédet, nem sértette meg a médiatörvényt, ezzel több szakértő, például Vásárhelyi Mária szociológus és újságírók sem értettek egyet, akik tiltakozásuknak is hangot adtak. Az esetet követően a közszolgálati televízió megszüntette az ominózus interjúinak helyet adó műsort, az Éjjeli Menedék+1-et. Döntését akkor kiadott közleményében így indokolta:

„David Irving kijelentései a műsor szerkesztőinek »gondozásában« megfelelő szerkesztői kontroll nélkül kerültek a műsorba. Az idézett mondatok az egész magyar nemzetet sértik méltóságában, és besározják az 1956-os forradalom emlékét. Mindez ütközik a televízió közszolgálati műsorszolgáltatási szabályzatával, az alapvető erkölcsi értékekkel, amelyek nélkül tisztességes újságírói magatartás nem képzelhető el.”<sup>3</sup>

### 3.3. Támogatás

Magyarországon európai mércével is jelentős a szélsőjobboldali nézeteket megjelenítő médiumok hálózata. Ezek között vannak olyanok, amelyek már megszűntek, mint a *Pannon Rádió*, de vannak új képződmények is, mint a *Magyar Hírlap* jelenlegi tulajdonosa, a Széles Gábor által alapított *Echo TV* egyes műsorai. Ide sorolható a *Magyar Demokrata* vagy a *Magyar Fórum* is. A helyzetet súlyosbítja, hogy még olyan, korábban több mint „szalonképesnek” tartott médiumok is, mint a *Magyar Hírlap*, időről időre teret engednek antiszemita vagy cigányellenes írásoknak, például Bayer Zsolt publicisztikáinak. Bayer az olaszliszkai lincselés kapcsán az önbíráskodás mellett kardoskodva a következő megállapításokat tette:

„Bárki, aki ebben az országban elgázol egy cigánygyereket, akkor cselekszik helyesen, ha eszébe sem jut megállni. *Cigánygyerek elgázolása esetén tapossunk bele a gázba*. Akit meg elütünk, annak pechje van.”<sup>4</sup>

Ezzel az újság megsértette a MÚOSZ etikai kódexének 2. paragrafusát (lásd a 3. mellékletet).

Nyilvánvaló, hogy a médiának ebben a szegmensében nem lehet a szélsőségek megfelelő kezeléséről beszélni, hiszen ők maguk képviselik a szélsőségeket – értékelte a helyzetet Monori Áron médiaelemző a vele folytatott interjúnk során.

### 4. Szakmai hiányosságok a szélsőségek kezelésében

A szélsőjobboldali megnyilvánulások kezelésében az elmúlt években mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi médiában többször is tetten érhető volt az újságírók felkészültségének hiánya. A Gönczöl-bizottság jelentése szerint az *MTV*-székház ostroma idején „a magyar audiovizuális média felkészületlen volt az események professzionális megjelenítésére és elbeszélésére”, noha a testület mentőkörülményként értékelte a helyzet váratlanságát. A *TV2*-be több ízben meghívott Polgár Tamást a felkészületlen riporterek szinte soha nem szembesítették más fórumokon elhangzott kijelentéseivel. Az egyik esetben hagyták felolvasni előre elkészített kétoldalas nyilatkozatát, míg máskor a *Talmud* egy eltorzított fordításából idézett hosszan a zsidók vérszomjasságát bizonyítandó, anélkül hogy félbeszakították vagy helyreigazították volna. A közéleti szereplőkre is érvényes ugyanakkor a felkészületlenség, amit jól példáz Szanyi Tibor országgyűlési képviselő és Polgár Tamás vitája Szanyi Tibor sajtótájékoztatóján, amelyből a tévéző számára akár úgy is tűnhetett, mintha Polgár egészen mérsékelt nézeteket vallana. Polgár Tamás volt a szervezője annak a szélsőjobboldali *flashmob*-tüntetésnek, amelynek kapcsán az MSZP-s szocialista politikus sajtótájékoztatót tartott, hogy egyebek közt békés ellentüntetésre szólítsa fel a kerület lakosait.<sup>5</sup> Kellő felkészültséggel, Polgár Tamás megjelent nyilatkozataira, blogjára utalva, védekezés helyett offenzívebben, leleplezőbben is kezelhette volna a helyzetet a politikus.

Európában és hazánkban is jellemző az „eseményvezéreltség” a szélsőjossal kapcsolatban: a sajtó csak akkor szentel figyelmet a témának, ha erőszakos cselekményre, választáson való jó szereplésre vagy provokációra kerül sor. Ennek az az eredménye, hogy a szélsőségesek maguk irányítják a médiában való megjelenésüket. A Magyar Gárdáról szóló híradások kitűnő példáját nyújtják az eseményvezéreltségnek: ha valamelyik faluban felvonulnak, a sajtó azonnal beszámol róla. Ennek másik vetülete, amint azt a *Political Capital* elemzi egy, a *Népszabadságban* megjelent cikkében, hogy a politika egy fontos társadalmi probléma – nevezetesen a romakérdés – tematizálását is átengedte nekik. Ahelyett, hogy a romakérdés napirendre vételével kifognák a szeptet a Magyar Gárda vitorlájából, hagyják, hogy az kiélezze az etnikai konfliktusokat olyan hívószavakkal, mint a „cigánybűnözés” vagy a „magyarok elnyomása”.<sup>6</sup>

Végül a szélsőjobbról szóló objektív tájékoztatást akadályozza a nyilatkozatok kritikátlan átvétele, nem kellő gondosságú ellenőrzése, ami szakmabeliek szerint is igencsak jellemző a magyar újságírókra. Gyakran nem mennek utána a híreknek, „gyakori a félkész, előre gyártott hírek feldolgozása, átvétele” (Vajda, 2001: 160). Ez a szakmai hiányosság az *MTV* esetében a székház elleni ostromról való tudósítás során is megmutatkozott:

„Meg kellett volna találni az egészséges egyensúlyt az ellenőrizetlen forrásokból származó kétes információk kritikátlan átvétele és az esetleges tévedésektől, véletlen bakiktól való félelem között”

– írta a Gönczöl-jelentés.

Elsősorban a kereskedelmi csatornákra jellemző, de esetenként a köztelevízióban is megjelenik a szenzációhajhász újságírás, aminek a szélsőjobb kezelésében kifejezetten káros következményei vannak. Rasszista, antiszemita nézeteket valló figurák „botrányhősökké” avanszálnak, így egy kategóriába kerülnek a „szórakoztató”, provokatív médiaarcokkal. Ezt a jelenséget jól illusztrálja, hogy 2007-ben Polgár Tamás a Wikipedia szerint a harmadik

legtöbbet meghívott vendég volt a TV2 Mokka című műsorában.

Szintén az *infotainment*, azaz a szórakoztatva tájékoztatás egyik vetülete, hogy a szélsőjobb kezelésében sokszor a látványosság szempontja felülírja a fontosságát, s így jelentéktelen események kapnak nagy hangsúlyt, ami elvonja a teret a valóban közérdekű ügyek bemutatásától.

A közszolgálati média esetében a legfőbb problémát a kényszeres egyensúlykeresés, a szélsőséges megnyilvánulásokkal szembeni finom távolságtartás okozza. Beszélgető műsorban egyedül az az elv érvényesül, hogy mindenkinek egyenlő mértékben engedjenek szót, holott helyenként előnyösebb lenne, ha le tudnák állítani az interjúalanyt – véli Monori Áron, médiaelemző forrásunk. Ezzel összefüggésben a köztévét gyakran éri az a vád a szakértők részéről, hogy elgyávult, elbátortalanodott, „lakájmédia”, vagy hogy „lábhoz megy”, a „média kapitulál a politikusok előtt”. Ezzel a köztelevíziótól megkeresett forrásaink sem vitatkoznak, ugyanakkor ők elsősorban a politikai kultúrát, a média gazdaságilag és politikailag kiszolgáltatott helyzetét okolják e jelenség miatt. „A médiaháború nem mediabékéhez, hanem média-Jaltához vezetett, ahol a politikai táborok kijelölték a saját mediabefolyási övezetüket” – értékelte a helyzetet Kert Attila, az MTV hírigazgatója a vele folytatott beszélgetésünk során.

A köztévében az újságírók karakán kiállását akadályozza, hogy úgy érzik, be vannak skatulyázva az egyik politikai oldal mellett, s így, ha középen akarnak maradni, ha objektívnak akarnak látszani, „állandó mérlegelésre” kényszerülnek a téren, hogy mennyire merjék megszorongatni az interjúalanyt.

Úgy érzik ugyanakkor, hogy sem a társadalom, sem a jogrend nem védi őket eléggé. Nem utolsósorban pedig a politikai nyomásgyakorlás jelenti a szakmaiság akadályát, amely a mindennapi gyakorlatba leszűrődve bénítóan tud hatni az újságíróra. „Ha sokáig nyomnak hátra, egy idő után nem mész előre, mert úgy érzed, hogy szűkebb lett a tér” – mondja Kert Attila, az MTV hírigazgatója.

## 5. A magyar újságírószakma jellegzetességei

A szélsőjobb kezelésében két fontos médiaeszköz lehet a tényfeltáró riport és a felkészült, az interjúalany demokratikus elveket sértő nézeteit leleplező, élő interjú. Magyarországon a tényfeltáró újságírásnak nincs nagy hagyománya, a műfajt jórészt csak a rendszerváltás óta művelik az újságírók.

Az újságírók munkáját – általában véve, s így a szélsőjobb kezelésében is – jelentősen hátráltatja a pénz- és az emberhiány, s ebből fakadóan az újságírók túlterheltsége is. „A BBC-ben egy dokumentumfilmmel kapcsolatos kiadások esnek egy nagyságrendbe a Híradó egyéves költségvetésével” – mondta el Kert Attila, az MTV hírigazgatója. Továbbá nincs olyan archívum, kutatói háttér, amely segítené az újságírók munkáját. Ennek azonban nemcsak anyagi okai vannak, hanem a megfelelő képzettségű személyzet is hiányzik hozzá. Angliában, az Egyesült Államokban vagy Németországban sok embert tudnak egy-egy ügyre ráállítani, és az sem ritka, hogy akár több hónapra vagy egy évre is elmehet egy újságíró „terepmunkára”.

## 6. A brit és német gyakorlat a szélsőségek kezelésében

2005-ben, a londoni bombamerényleteket követően a BBC tudatosan visszafogott, távolságtartó reagálásával sokat tett azért, hogy csillapítsa a közhangulatot. A terrorcselekmények után mindazonáltal komoly közéleti vita robbant ki arról, hogy az iszlám radikalizmussal miképpen foglalkozzon a közszolgálati média. Az akkori kulturális államtitkár, David Lammy azt az álláspontot képviselte, hogy a szólásszabadság nevében meg kell szólaltatni a szélsőségeseket, és racionális érvekkel kell megcáfolni őket, hagyva, hogy leleplezzék magukat.<sup>7</sup>

Németországban évek óta élénk vita folyik a szélsőjobb médiamegjelenéséről. A sajtó felkészületlenségére ezen a téren egy 2004-es szászországi tartományi választás kapcsán derült fény, amikor a Német Nemzeti Demokrata Párt (NPD) 9,2 százalékkal bejutott a tartományi parlamentbe. A választási közvetítés részeként a listavezetőket meghívták a közszolgálati stúdióba beszélgetni. Az NPD helyi vezetője, Holger Apfel, provokatív kijelentései után a demokratikus pártok képviselői együttesen vonultak ki a stúdióból, egy kétségbeesett műsorvezetőt hagyván maguk után, aki nem tudta kezelni a helyzetet.

A német szakértők is tudatában vannak annak, hogy a szélsőjobboddallal való szembesülés célja nem az interjúalanyok meggyőzése és nem is a szélsőjobboddali tábor jobb belátásra bírása. Azokat győzheti meg a megfelelő minőségű tudósítás, akik saját életük csalódásai vagy egyéb megfontolások miatt szavazatukkal támogatják a szélsőjobbot, de egyébként nincs kialakult szélsőjobboddali világképük. Az újságíró az interjúalany révén ezzel a réteggel kommunikál. Ezért is lényeges, hogy a kérdés során az újságíró higgadt és távolságtartó maradjon, mert ha „keresztes hadjárat”-mentalitást sugall, akkor inkább azt éri el, hogy e kulcscsoport még erősebben azonosul a „támadott” személlyel. Bízni kell abban, hogy a szélsőséges szereplő válaszai önmagukért beszélnek. A moderátornak a vitát kritikusan és távolságtartóan kell lebonyolítania, de nem úgy, hogy az interjúalany áldozatszerepben tetszelegessen vagy az indulatos moderátorral szemben fölényesen tudjon viselkedni. A jó tényfeltáró újságírás is segíthet abban, hogy a kirekesztő gondolatokra és a demokráciaellenes felfogásra fény derüljön.

Németországban sok helyütt képzést kapnak az újságírók azért, hogy az ilyen helyzeteket jobban tudják kezelni. Az egyik német közszolgálati tévében, az ARD-ben ezt a képzést házon belül oldják meg, de emellett hasonló képzést és tanácsadást civil szervezetek is tartanak újságíróknak.<sup>8</sup> Az állam is támogat olyan szervezeteket, amelyek segítenek e téren az újságíróknak, amire példa a „Mobiltanácsadás a szélsőjobboddal ellen” (Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus). E tudatos fellépésnek már vannak kézzelfogható eredményei is: amikor 2006 végén

egy másik tartományban, Mecklenburg-Elő-Pomerániában jutott be az NDP a tartományi parlamentbe, a választás estéjén folytatott beszélgetés annak vezetőjével már elismerten jobban sikerült, mint a két évvel azelőtti Szászországban. De Németország ezen vidékén is érzékelhetők a fejlődés jelei: Szászország-Anhalt kormánya és a Német Újságíró Szövetség (DJV) tartományi szervezete közösen létrehozott egy újságírói díjat („A szélsőjobboldal a média tükrében”), amely a témába vágó legjobb riportokat jutalmazza.

## 7. Konklúzió

A szélsőjobboldali közszereplők médiában való megjelenítéséről itthon egyelőre nem folyik kiterjedt szakmai vita vagy tapasztalatcsere. Van ugyanakkor néhány biztató jel, amely arra utal, hogy a médiumok felismerték a kérdéskör fontosságát: Forrásaink szerint az MTV-székház ostromát követően például egyes televízióadók informálisan megegyeztek arról, hogy azokat, akik „tüntetés” címszó alatt bármilyen módon alkotmányos sértően viselkednek, azaz például erőszakos cselekményeket hajtanak végre, ezentúl nem nevezik tüntetőknek. Túllépve ezen a kezdeti lépésen, megfontolandó lenne a német modell adaptálása az újságíróképzés terén, akár német szakértők bevonásával is. Az így nyert tapasztalatokat, technikákat és készségeket a magyar újságírók ugyanis egyéb kényes témák kezelésében is tudnák hasznosítani.

Az interjúkból az látszik kirajzolódni: a szakma hazai képviselői is tisztában vannak azzal, hogy a szélsőjobb kezelésében jobb a tényfeltáró, háttér megvilágító újságírás, mint az eseményvezérelt, emocionális és dramatizáló híradás, amely felértékeli a szélsőjobboldali erőket. A média anyagi és politikai függetlensége az egyik alappillére lehetne a szakmai hitelességnek és integritásnak, amelyre idővel a szélsőjobboldali jelenségek professzionális bemutatását alapozni lehetne. De addig is, amíg finanszírozási vagy politikai okokból ezen a téren nem várható jelentős előrelépés, egy járható utat jelentene, ha a média a nemzetközi példákon okulva saját maga emelné magasabbra szakmai mércéjét.

## Függelék

### 1. melléklet. Az 1996. évi I. törvény (médiatörvény) 3. § 2-3. bekezdései:

„(2) A műsorszolgáltató köteles tiszteletben tartani a Magyar Köztársaság alkotmányos rendjét, tevékenysége nem sértheti az emberi jogokat, és nem lehet alkalmas a személyek, nemek, népek, nemzetek, a nemzeti, etnikai, nyelvi és más kisebbségek, továbbá valamely egyház vagy vallási csoport elleni gyűlölet keltésére.

(3) A műsorszolgáltatás nem irányulhat semmilyen kisebbség, sem bármely többség nyílt vagy burkolt megsértésére, kirekesztésére, annak faji szempontokon alapuló bemutatására, elítélésére.”

### 2. melléklet. Az MTV Közműsor-szolgáltatási szabályzata

Az MTV esetében a Közműsor-szolgáltatási szabályzat III. fejezetének 2. bekezdése részletezi, hogy milyen elvárásoknak kell megfelelni politikai műsorok közlése terén. A pártatlanság, az elfogulatlanság, a tényszerűség és a pontosság kritériumai mellett a szólásszabadság elve is előtérbe kerül, viszonylag tág teret biztosítva a különböző szélsőséges vélemények kifejtésére:

„A különböző vélemények megszólaltatásánál a műsorkészítőnek abból kell kiindulnia, hogy az alkotmányosság keretein belül bárki szabadon kifejtheti a vitatott kérdéssel kapcsolatos véleményét, hangot adhat politikai meggyőződésének. Ugyanakkor a műsorkészítőnek ügyelnie kell arra, hogy ez lehetőleg mások jó hírét vagy jó érzését ne sértse. Ha ilyen vélemények megjelenése elkerülhetetlen – pl. élő adás – vagy szükségszerű – pl. bizonyos veszélyes jelenségre való figyelemfelhívás –, akkor hangsúlyozottan közölni kell a műsorban, hogy az elhangzott vélemény a megszólaló egyéni véleménye.

Teret kell adni azoknak a műsoroknak is, amelyekben egyetlen személy vagy csoport kap lehetőséget arra, hogy összefüggően kifejtse a maga sajátos, akár vitatott véleményét egy ellentmondásos ügyről. Az ilyen személyes véleményeket ismertető műsorban is a szerkesztők kötelesek gondoskodni arról, hogy tényekben pontosak és korrekt hangvételűek legyenek.

Ha egy személy vagy csoport kap lehetőséget a vitát kiváltó felfogásának kifejtésére, akkor ugyanabban a témában más álláspontnak is nyilvánosságot kell kapnia ugyanakkor vagy a gyors tájékoztatás követelményét kielégítő ésszerű időhatáron belül ugyanannak a műsornak egy későbbi adásában.”

### 3. melléklet. A MÚOSZ Etikai Kódexének releváns passzusai

„2. § – Újságírói szabadság, felelősség

2.1.1. Az újságírónak tiszteletben kell tartania az emberi jogokat. Nem kelthet gyűlöletet, nem szólíthat fel rasszista megkülönböztetésre népek, nemzetek, nemzetiségek ellen. Vallása, felekezeti hovatartozása, neme, testi, szellemi vagy lelki állapota, mássága, életkora, életmódbeli, életviteli különbözősége miatt senkit sem becsúszhat, nem terjeszthet senkiről rágalmakat. [...]

4. § – Valóság-hű tájékoztatás és lelkiismeretesség

4.4. Az újságíró nem maradhat semleges, ha a demokratikus értékek védelméről van szó. Kötelessége fellépni megfelelő újságírói műfaj alkalmazásával a terrorizmus, a bármilyen szempontú – faj, vallás, kultúra, nemzetiség,

nem, életkor miatti – gyűlöletkeltés ellen. Nem támogathatja az erőszakot. Tervezett merényletről, terrorcselekményről szerzett értesülés esetén fontos a fenyegetés, a figyelmeztetés valóságának ellenőrzése. Ha feltételezhető, hogy az információ valóságos, az újságíró kötelessége haladéktalanul tájékoztatni a hatóságokat és a közvéleményt.”

## Irodalom

ADL (2007): Sajtóközlemény, július 17. ([http://www.adl.org/PresRele/ASInt\\_13/5099\\_13.htm](http://www.adl.org/PresRele/ASInt_13/5099_13.htm)).

Dencső Blanka & Sik Endre (2007): Adalékok az előítéletesség mértékének és okainak megismeréséhez a mai Magyarországon. *Educatio*, 1. sz.

Medián (2007) Ki mint fél, úgy ítél. A radikális jobboldal megítélése, augusztus 30. (<http://www.median.hu/object.9eed0a8-efc2-4286-81ea-4fe22cc801af.ivy>).

Kiss Endre (1997): Írott és íratlan demokrácia és a posztszocialista médiaproblematika. In: Terestyéni Tamás (szerk.): *Médiakritika. Tanulmányok a média kritikai megközelítésének témaköréből*. Budapest: Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Ságvári Bence & Pillog Péter (2007): Médiakép és Valóság. In: *A Gönczöl-bizottság jelentése. Vizsgálati jelentés a 2006. szeptember-októberi fővárosi demonstrációkkal, utcai rendezvényekkel és rendfenntartó intézkedésekkel kapcsolatos eseményekről* ([http://www.gonczolbizottsag.gov.hu/jelentes/gonczolbizottsag\\_jelentes.pdf](http://www.gonczolbizottsag.gov.hu/jelentes/gonczolbizottsag_jelentes.pdf))

Vajda Éva (2001): Közeg és szakma. In: Sükösd Miklós & Csermely Ákos (szerk.): *A hír értékei. Etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*. Budapest: Média Hungária.

Vásárhelyi Mária (2007): Miért hagyták, hogy így legyen? *Élet és Irodalom*, szeptember 20.

Vásárhelyi Mária (2008): Csoportkép antiszemítával. *Élet és Irodalom*, április. 25.

## Lábjegyzetek

1

A Demos Magyarország 2008. szeptember 18-án Szélsőjobboldal és média címmel nemzetközi konferenciát rendezett. Jelen írás ennek a konferenciának szolgált vitaindítójául. A konferencia kimondott célja volt, hogy a külföldi újságírók és médiakutatók tapasztalatainak tükrében szakmai diskurzust indítson el a szélsőjobboldali jelenségek szakszerű mediabemutatásával kapcsolatban.

2

A jelentésből Az erőszak képei a magyar médiában címmel részleteket közöltünk lapunk 2007. őszi számában – a szerk.

3

Megszűnik az Éjjeli menedék, *Index*, 2003. október 29. (<http://index.hu/politika/belfold/ejmen1028/>).

4

Cigányliszka, *Magyar Nemzet*, 2006. okt. 17. (<http://mn.mno.hu/portal/379046>)

5

Nagyszámú, csendes jelenlét kell.: *ma.hu*, 2008. április 11. ([http://belfold.ma.hu/tart/cikk/a/0/10707/1/belfold/Szanyi\\_Tibor\\_ne\\_uljenek\\_fel\\_a\\_fasiszta\\_provokacionak](http://belfold.ma.hu/tart/cikk/a/0/10707/1/belfold/Szanyi_Tibor_ne_uljenek_fel_a_fasiszta_provokacionak)).

6

Tatárszentgyörgy, Nyírkáta, Fadd, Pátka, Galgagyörk... *Népszabadság*, 2008. június 28.

7

Let extremists speak, Lammy to tell media. *Media Guardian*, 2006. october 18.

8

Lásd például az egyik legismertebb, a témával foglalkozó újságíróknak tanácsadást nyújtó honlapot: <http://www.info-rechtsextremismus.de/>



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](#)

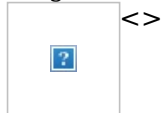
Könyvajánló



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](#)

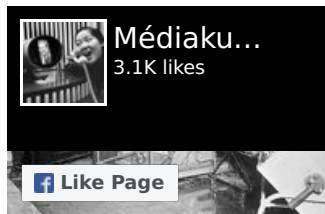
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2008 tél

### Magyarország

[Borókai Gábor:](#)

## Fogyasztói média, avagy lufifújás reggeltől estig

**Az alábbi írás egy tervezett sorozat első része. A Médiakutató a magyar sajtót és médiát gyakorlati oldaláról ismerő vezető szerkesztőket, újságírókat kíván megszólaltatni a hazai újságírás jelenlegi állapotáról, legfontosabb problémáiról, azok okairól, valamint a sajtó lehetséges és kívánatos fejlődési irányairól. A különböző álláspontok megjelenítésén túl célunk azok ütköztetése is, ezért helyet kívánunk biztosítani a már megjelent véleményeket opponáló írásoknak. Az első alkalommal a Heti Válasz főszerkesztőjének írását közöljük.**

Erdemes elolvasni Barry Schwartz két éve megjelent könyvét, *A választás paradoxonát*. Arról szól – plasztikusan és közérthetően –, hogy a minden eddigi világok legjobbjának mondott fogyasztói társadalom csupán nagy átverés. Közönséges hazugság. S minden bajunk forrása. A ránk sosem köszöntő földi paradicsom, virtuális valóság, televíziós reklámban vagy hirdetésben megjelenített vágyalom. Felkelti, megsokszorozza igényeinket. Mindannyiunkat célra tart. De merthogy a cél, a tökéletes jólét elérhetetlen és megfoghatatlan, a többség számára egyenesen illúzió, még a sokat markoló keveseknek is frusztráló. Az igazi fogyasztó ugyanis maga az elégedetlenség. Az örökös szerezni vágyás. Ahogy a televíziózás fogyasztóját – Jiri Menzel után szabadon – az tartja fogságban, hogy vajon mi lehet a másik csatornán, hogy miről marad le, úgy a megkaparintott javak csak pillanatnyi elégedettségünket szolgálják, s a siker máris újabb, még sokkal többet ígérő vadászmezők felé terel bennünket. Nyomban. Nem úgy, mint hajdanán, amikor a pillanatnál többre tartották az örökkévalót.

Aki sétált már Firenzében, olvashatta, hogy ott egy-egy igazán értékes építmény tervezéséhez az 1200-as évek végén láttak hozzá, és az 1450-es években vették birtokba. Százötven évvel később. Olyanok is. Ma is megcsodálhatók.

Am az a világ életképtelen volt, és elmúlt. Ma lehet benne bolyongani, de élni már ideát kell. S ma minden a vagyonokat érő, az üzletek sorsát megfordító pillanatot szolgálja. Arra is tervezik. És gyakorta azt sem tudja kitölteni tisztességgel. Nem árt mindannyiszor elmondani, hogy a média, így az internet is ebben a hiperfogyasztói környezetben fogant, ennek a foglya, s ezt a világot hivatott elfogadtatni, népszerűsíteni. No de nem ezt akartuk? Hát nem egészen.

### Egyenlőtlen pályák

Egy Amerikából visszaszármazott magyar üzletember szerint a televíziót nem másért találták ki nekünk, mint hogy eladjon. És ma már minden médium az eladásra specializálódott. El kell adnia magát, a híreit, a politikai, a kulturális és a gazdasági irányokat, az éppen aktuális divatot, s el kell adnia a benne megjelenített összes hirdetést. Mert profitérdekelt. A pénzre hajt.

A magyarországi elektronikus médiában elköltött mintegy 70 milliárd forint 95 százalékát a két országos kereskedelmi televízió teszi zsebre. (Egyenlő pályák, egyenlő esélyek, én kerékpárral megyek – mondta Sándor György.) Nagyjából ebben a leosztásban. Csoda-e, hogy a sokmilliárdos profitot garantáló koncessziós szerződéseket 2005-ben sietve, suttymban, szakmailag előkészítetlenül (egyedül a Fidesz szembenállásával) hosszabbította meg a médiahatóság, s hogy erről a botrányos esetről csak a szűk nyilvánosság értesülhetett? Nem csoda. De riasztó. És figyelmeztető azoknak, aki azt papolják, hogy a piac mindent megold. Holott mindent semmi sem old meg.

S talán az sem meglepő, ha a televíziók tulajdonosai a szívességért cserébe „apró” gesztusokat tesznek támogatóiknak. Akkor, amikor kell. És úgy, ahogy kell. Finoman manipulálva. Például kedvenc témák szappanoperásításával vagy a képernyős színvilág kialakításával befolyásolva a választások eredményét. De akadnak durvább esetek is. Ahogy a megrendelő kívánja.

A kereskedelmi média kitalálta az *infotainment*et, amely a szórakoztató híradást takarja, ahol nem a hír értéke határozza meg a hírek sorrendjét, hanem az érdekességük. (Mit is ér az a tájékoztatás, amelyben a nézőt az ügyek

fontosságáról félretájékoztatják, nehogy elunja magát?) Mert a cél a közönség állandó foglalkoztatása, a televízió esetében a képernyő előtt tartása. Reklámblokktól reklámblokkig. Az interneten pedig a kattintásszám, hogy a hírcapukon hetente legalább négyszer lemondjon, megsebesüljön vagy, uram bocsá', elhunjon a miniszterelnök... Valamelyik. Nem kevesek azonnali kattintására.

Az MTV egykori kulturális igazgatója szerint Aczél elvtárs helyébe Nézettség úr vagy úrhölgy lépett. Ő határozza meg, hogy mi a jó és mi a rossz, mi az értékes és mi értéktelen. Amit nagyon sokan néznek, hallgatnak vagy keresnek, az megéri a pénzt, amit kevesen, az meg nem. Ez vált közfelfogássá. Mindenütt a médiában.

De mi a sok és mi kevés? Ha egy színházi darab háromszázszor tölti meg az ezerfős nézőteret, az óriási siker. De ha egy színházi közvetítést csak háromszáz ezren néznek meg a képernyő előtt ülve, óriási kudarc. A kereskedelmi szemlélet szerint. Márpedig ez az uralkodó mentalitás, amely már a közszolgálati médiumokat is megszállta. Az MTV, csakúgy, mint a *Duna TV*, a tömegnézettség szorításában botladozik. A kereskedelmi versenyhez nem elég tehetős, és szégyenlősen igyekszik egyszerre megfelelni a nézővonzás és a pontosan meghatározatlan közösségi szolgáltatás követelményének. Amiből csak katyvasz származhat. Zűrzavar.

A politikai tér szereplői képtelenek megegyezni a közszolgáltatás precíz fogalmában, pedig e nélkül a közszolgálati intézmények vezetőinek nincs világos mandátumuk, nincs velük szemben egyértelmű követelményrendszer arról, hogy mit kellene tenniük (azon kívül, hogy vágjanak a költségvetésen, ami az első számú közösségi elvárás), és az anyagi keretek is örökösen változnak. Képzelve el magát bárki, hogy a „Józsikám, itten van pár milliárd, hogy legyen ervből valami fajtos, csinos kis, emeletes építmény!”-megrendelésre miféle funkcióknak megfelelő épületet tudna tervezni és kivitelezni! Olyat, amilyet ő kigondol. Aztán követi az új vezető, aki megint a saját elképzelései szerint alakítja át. Mi meg elnézzük.

A politikaközeli televíziózás viszonylag rövid életű. Meghonosításához közöm volt, hiszen 2002 szeptemberében alapítottam, és 2004 augusztusáig irányítottam a *HírTV*-t. Az első magyar hírtelevíziót, amely nyíltan felvállalta értékrendjét és politikai szimpátiáját. Ezt követte az *ATV* felvásárlása, majd átalakítása, végül az *Echo TV* létrehozása.

Ezek a tematikus csatornák a kábelhálózaton, hozzávetőleg 2-2,5 millió háztartásból érhetőek el. Adásuk kódolt, amiért az előfizetők csomagban fizetnek a szolgáltatóknak, azok pedig - megállapodás szerint - a tévék tulajdonosainak.

A csatornákat nézettségük alapján - különösen a *HírTV*-t és az *ATV*-t - közvetlenül az országos lefedettségű televíziók - az *RTL Klub*, a *TV2*, az *MTV* - és a *Viasat3* mögött említhetjük, ám a két nagy kereskedelmi médium legkedveltebb műsoraitól jókora távolságban.

A *HírTV* és az *ATV* is elsősorban „tábortévé”, amely fontos funkciót tölt be a honi nyilvánosságban, hiszen saját közönségüket arról biztosítja, hogy nincsenek, nem lehetnek elhallgatott, eltitkolt, elsinkófált ügyek. (Önmagában ettől a tudattól a közszolgálati televíziókra nehezedő nézői nyomás, elvárás enyhülhet.) Kétségtelenül igaz, hogy a *HírTV* létrejötte óta megtörtént eseményeket nem lehet kisatírozni a nyilvánosságból. Semmilyen kommunikációs agytröszt nem képes a teljes hírzárlat előállítására, legfeljebb a hír megjelenési felületének korlátozására. (Lásd: Medgyessy soproni beintését egyedül a *HírTV* mutatta be, a *TV2* az Európa-parlament választás után találta közlésre érdemesnek az esetet, míg az *RTL Klub* akkor bővítette a kört, amikor a rendőrség nyomozást indított ellenem és Sváby András ellen. Az eseményről tudósító MTI csak a helyszínen tüntető miép-esek viselt ügyeiről számolt be, a minősíthetetlen miniszterelnöki választ elhallgatta. De emléketem az *MTV*-székház elleni támadást is, amikor a *HírTV* - különben kritikálható - jelenléte nélkül nem láthattuk volna élő, egyenes adásban, mi történik a Szabadság téren. Nem tudhattunk volna néhány tucat ember esztelen brutalitásáról, a rendőrség szerencsétlenkedéséről és felkészületlenségéről, a kommandósok fellépésének nyilvánvaló elmaradásáról. Utólag az eseményt bárminek el lehetett volna adni, mint ahogy volt is kísérlet a történetek teljes átírására.)

Az említett tematikus csatornák létrejötte alapjaiban alakította át a honi nyilvánosság szerkezetét, s a nagyokat is moderálta, mi több, versenyre kényszerítette. S ebben a küzdelemben immár fontos szereplővé vált az internet is.

## Ni csak, ki beszél itt?

A politikát szokás bírálni (nem ok nélkül), hogy ránehezkedik a sajtóra, miközben a politikusokra még van ráhatásunk. A választásokon őket még tudjuk befolyásolni: leváltani vagy éppen kormányzati pozícióba emelni.

De mit tehetünk - George Gerbnert idézve - a „láthatatlan magánkormányok”-kal, amelyek igazgatótanácsok képében állnak a különféle kereskedelmi médiumok mögött, és saját profitérdekeiknek megfelelően bánnak saját tulajdonaikkal? És a saját maguk számára hasznos hozó, virtuális világ felfestésében érdekeltek. Mert a médiumok - bármennyire is ennek az ellenkezője tetszik valóságnak - nem az újságírók, a műsorvezetők, a médiaszemélyiségek szándékainak kifejezői, hanem a tulajdonosoké. Az újságírók, a műsorvezetők és a médiaszemélyiségek csupán közvetítők. Termékek és eladók egy személyben.

A média tehát a tulajdonosát reprezentálja. (Ni csak, ki beszél itt?) Egyáltalán nem mindegy tehát, hogy kik a médiatulajdonosok. Például külföldiek vagy magyarok? Mert más-más szempontok vezérlik őket.

Ahogy a magyar közösségi érdekeket senki más nem fogja artikulálni helyettünk, úgy arra sem számíthatunk, hogy környezetvédelmi kérdéseket tartsanak napirenden olyan médiumok, amelyeknek a háttérében vagy legfőbb hirdetői között környezetkárosító termékek gyártói is felfedezhetők. A Rábát szennyező bányák nem fognak hirdetni olyan sajtótermékekben, amelyek felhánytorgatják életük sötét foltjait. A Strabag mindent megtesz annak



érdekében, hogy ne derüljön fény arra, miként szerzett szakmáiban több százmilliárd forintnyi állami megrendelést. Kiket kent meg és mennyivel? És egyetlen hirdető sem szeretné magát viszontlátni leleplezve, oknyomozó riport főszerrelőjeként mint a világ megrontója. És minden pénzember csak a jó arcát szeretné odatartani a kamerának vagy a fényképezőgépnek. És ha nagyon pénzember és nagyon sikeres, nem is fogják meglátni a rosszat. Csak ha bukik és védtelenné válik.

Talán ezért is van kiveszőben az oknyomozás. Nemcsak fáradtságos, de nagyon sok pénzt is visz el a háztól. Roppan gazdaságtalan. A pénzgyárként üzemelő nagy, kereskedelmi televíziók nem is oknyomoznak a mában. Nem kockáztatnak. Csak a múltat kutatják.

Lapom, a *Heti Válasz* azon kivételes sajtótermékek közé tartozik, amelyeknek nem kizárólag az üzletmenet a fontos, de az igazság is. Ráadásul olyan emberünk is van, aki kiváló mestere ennek a műfajnak. Mert szakértelem nélkül ez sem művelhető. Agyonrejtett információk, összefüggések feltárására, céghálók felrajzolására nem akárki képes. És ha már minden összeállt, úgy kell tudni leírni a történetet, hogy az érthető legyen, ugyanakkor védhető akár a bíróság előtt is.

Az elmúlt évben, mikor az M5-ös koncesszióba adásának körülményeit tártuk fel, „alighanem” az érintett cégek közvetítői jelezték, hogy az általam megjelölt összeggel hirdetésként fizetnének, ha riportunk megjelentetésétől eltekintenek. S miután nem állunk kötelnek, nemcsak a soha le nem írt pénzt nem kaptuk meg, de hirdetési tilalom alá is kerültünk. Feketelistára. 2007-ben és 2008-ban egyaránt. Több tízmilliótól búcsúzhattunk. S a történetet úgy kerek, ha leírom, cikkünk idézettségéből megtudhattuk, a magyar médiából kiket nem sikerült vagy nem állt szándékukban megvásárolni. Oda fértünk be. Nem éppen sok helyre. Pedig ha nincs hírverés, nincs figyelemfelhívás, a példányszám sem ugorhat meg jelentősen. Dupla kár és látszólag semmi haszon. Csak a jó érzés, hogy újságként viselkedtünk. Ez sem kevés. (Azt már csak zárójelben írom: ma már olyan magas a médiafogyasztók ingerküszöbe, hogy korrupciós ügyek leleplezésével nem is lehet átjutni rajta.)

Elképesztő probléma. És nem a sajtóé. A teljes közösségé.

Ezért is kellene óvakodni a monopóliumok kialakulásától a piacon, és ezért kell támogatni és elszámoltatni a közszolgálati médiumokat, hogy ne legyenek kiszolgáltatottjai az üzleti világnak, s ne legyenek kiszolgálói egyoldalú pártérdekeknek sem. Mert ha ők nem a mi nyelvünkön, nem a nekünk fontos ügyekről s nem a számunkra releváns megközelítésben számolnak be, akkor bizonyosan eltévedünk, összezavarodunk, és megvezethetők leszünk.

## Hamis toposzok

Szokás azt is hirdetni, hogy ez a világ azért is csodálatos, mert annyi tudást, információt szerezhetünk meg, amennyit elődeink képtelenek voltak begyűjteni. Ezt különösen az internet térnyerése óta mondják.

De visszautalok a bevezetőmben említett könyvre: a túl sok, irreleváns információ épp annyira káros, mint a túl kevés. Ha nem vagyunk felkészültek, ha nem tudunk szelektálni, akkor elkeveredünk. Nem látjuk meg a fától az erdőt. Nem vesszük észre, hogy a fogyasztói igényeink kiszolgálói, elvárásaink közben hátrányára változtatják meg a Földet. Lepusztítják és élhetetlenné teszik. Számunkra és utódaink számára. És roppant fontos a médiumok hatóköre és hitelessége. S ebben a versenyben is a pénz dominál. Igazán nagy felületet, közönségszámot magányosan, kevés pénzből képtelenség előállítani.

Büszkén emlegethetjük, hogy ma már minden elhangozhat a nyilvánosságban, de egyáltalán nem lényegtelen, hogy annak mekkora területén, hány fogyasztót elérve.

Teli vagyunk hamis toposzokkal. Ilyen a már emlegetett verseny mindenhatósága, s ilyen a honi nyilvánosság teljessége és szabadsága. Bár ha ezen azt értjük, hogy a politika ma már nincs uralkodó helyzetben, máris óvatosabban kell fogalmaznunk. Mert ez cáfolhatatlan. De az igazán nagy pénzek sorsa fölött döntő üzleti világ nagyon is abban van. És a pillanat sikerlovagjai mindent megtesznek azért, hogy irántuk, a pénzük iránt tökéletes legyen a bizalom. Ebből élnek. Azok is, akik tisztességgel és értőn teszik a dolgukat, s azok is, akik más eszközöket használnak. De mindegyikük többre becsüli a sikert a moralitásnál, a *fair play*-nél. Inkább, ha már megvan a pénz, jótékonykodnak, kicsit. És akkor is hirdetnek, ha aktuálisan erre nincs piaci indokuk.

## Reklámmesék gyerekeknek

És azt kell hinnünk, hogy mi még szerencsésebbnek mondhatjuk magunkat gyerekeinknél. A mi tájékozódási képességünket talán nehezebb összezavarni. Mi a világot még stabil értékrendű szülők, nagyszülők, tanárok és papok történeteiből ismerhettük meg. Még ők mondták el, hogy mi a bűn és mi az erény, hogy ki a példakép, és kit kell kerülnünk.

De a ma gyermekei számára a világ megismerésének a történetei mindenekelőtt a televíziós reklámokkal azonosíthatók. Abból kellene kibogozniuk, hogy milyen élet vár rájuk. Márpedig világos értékrend nélkül értékelhetetlen a témérdek információ. Ráadásul a ma gyermekei a gyors és egyszerű üzenetátvitelhez szoktak hozzá, ehhez szabott koncentrációs képességük is. Így szocializálódnak. Alig olvasnak, a színházi előadást a távoli arcok miatt csak kivetítővel együtt képesek élvezni, figyelmük nehezen leköthető. Eleve kudarcra ítélt, aki nem hasonló eszközökkel kívánja őket meggyőzni arról, hogy a fogyasztói világ fanklubjához tartozni nem az egyedül üdvözítő életforma. Hogy – Andy Warhol nyomán – 15 percre világhírűvé válni roppant veszélyes is lehet, hogy a teljesítmény nélkül szerzett népszerűsége nem érdemes életutat építeni, s hogy a semmiből ritkán lesz valami. A tömegmédiá ugyanis épp az ellenkezőjét szeretné elhitetni. Hogy könnyen befolyásolható fogyasztót gyártson

belőlünk.

Az új nemzedék kiszolgáltatottsága és céltalansága, megvezethetősége azon is múlik, hogy törődünk-e vele vagy magára hagyjuk. És azon is, hogy milyenné formáljuk az oktatási rendszerünket, kultúr- és médiapolitikánkat, és nem utolsósorban, hogy szülőként foglalkozunk-e vele.

## Önfény és az új alapok

Az úgynevezett minőségi nyomtatott sajtó az utóbbi három évben roppant módon kezdett töpörödni. Nemcsak itthon: szerte a világban. Részben az internet térfoglalása miatt kisebb számban érkeznek a fiatalok az újságolvasók közé. Részben a 2007 óta tartó reálbércsökkenés következtében sokan meggondolják, mennyit költhetnek kultúrára, ezen belül újságokra. És jól láthatóan a korábbinál lényegesen kevesebbet. A napilapok piacán a *Népszabadság* vásárlóinak egyharmadát, több mint 50 000 példányt veszített el, a *Magyar Nemzet* hozzávetőlegesen egyötödével, majd 15 000 lappal ad el kevesebbet, mint 2005-ben.

A hetilapok közül a *HVG* 80 000 fölötti példányszámmal messze vezet a mezőnyt, bár fogyása ugyancsak szembetűnő. A *168 Óra* és a *Magyar Demokrata* óriási veszteségeket könyvelhetett el. A *Figyelő* tartja három évvel korábbi pozícióját, míg a *Magyar Naranccs* és az *Élet és Irodalom* auditált adat hiányában nem látható. Egyedül a *Heti Válasz* - a *Figyelő* mögül indulva - volt képes jelentősen: majd kétszeresére növelni vásárlóközönségét, és ma a nála sokkal olcsóbb *HVG* és az ugyancsak kevesebbe kerülő *168 Óra* mögött a harmadik helyet foglalja el.

A siker titkáról e helyütt csak annyit írok, hogy immár világos az identitásunk, a világképünk, a beszédmódunk. Intellektuális termékből piaci terméket állítottunk elő, s - bár bőséggel van még mit javulnunk - alapvetően jó lelkiállapotú, tetre kész, ambiciózus a szerkesztőségünk. S ebben komoly szerepe van annak is, hogy az újságírók újságíróként élhetik meg mindennapjaikat, és nem bármikor leállítható pénzgyártókként. Az olvasótáborunk a vagyoni és iskolázottsági szintet megjelenítő ESOMAR index szerint a *Világgazdaság*éval, a *Napi Gazdaság*éval és a *Figyelő*éval vetekszik. És ezt a hirdetőik is tudják.

A média fontos szereplője világunknak, csak épp illő ismerni természetét, működési rendjét, érdektagságát, s tudni kell a helyét. A jól felkészült, tájékozott, az információk között eligazodó és eligazító média nélkülözhetetlen része életünknek. Épp az elképesztő információs túlkínálat, a *Választás paradoxonai* miatt. Kell, hogy valaki szelektáljon és eligazítson. Hogy felhívja a figyelmet. Vastagabb lap nem jó válasz a bonyolultabb világra.

És tudnunk kell azt is, hogy kikre bízunk magunkat, kik a média tulajdonosai, és milyen érdekek vezérlik őket. És tudnunk kell szabályozni őket. Saját érdekeink és közös értékeink szerint. Különben már csak akkor tudjuk meg, hogy mi történik velünk, amikor a nyakunkba szakadt a válság. Ahogy most is. És a pénzügyi lufik felfújásáért kárhoztathatjuk a bankárokat és a politikusokat, de jobb, ha tudjuk, ugyancsak részünk van a nagy átverésben.

A világon most végigsöprő krachnak fel kellene ébresztenie mindannyiunkat. Őszintébb, megbízhatóbb, stabilabb, kiszámíthatóbb környezetre van szükségünk. Ha nem is azért, hogy hat-hétszáz év elteltével is csodálják alkotókészségünket, mint mi Firenzéét. De legalább azért, hogy holnap is lehessen nap.



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](#)

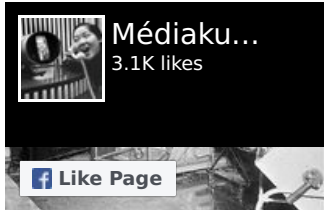
Partnereink

[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 2008 tél

### Történelem

[Takács Róbert:](#)

# A csehszlovák sajtóirányítás a hatvanas és a hetvenes évek fordulóján, Budapestről nézve

**1968 januárjában komoly esély nyílt arra, hogy Csehszlovákiában a korábbinál nagyobb politikai nyilvánosság jöjjön létre. Ennek kidolgozásában a szocialista táboron belül a hatvanas évek magyar tapasztalatai kínáltak a legígéretesebbnek. Paradox módon a prágai tavasz leverése után a csehszlovák sajtóirányítás szemé előtt szintén a magyar példa lebegett - ezúttal az 1956-os párhuzamok miatt. Ezzel magyarázható egyrészt az, hogy a csehszlovák sajtó irányítói folyamatosan a magyar eljárásokat tanulmányozták, másrészt az, hogy Budapest igyekezett ebben segíteni nekik, és szorosan követte az ottani történéseket.**

A hatvanas években a magyar és a csehszlovák sajtópolitika nem volt „szinkronban”. Magyarországon a sajtó konszolidációja lényegében 1959-re lezárult. Csehszlovákiában viszont 1956 nem jelentett törést (lásd Berkes, 2007: 104–122). Antonin Novotny eredményesen erősítette meg pozícióit, és őrizte az 1953-ban megszerzett elsőtítkári posztot egészen 1968-ig. És nem lazítottak - lengyel vagy magyar módra - a kulturális és az ideológiai élet keretein se. E különböző gyakorlatból is adódott, hogy a magyar és a csehszlovák sajtóirányítás kapcsolattartása a hatvanas években sokáig nem lépett túl a „baráti ügymenet” keretein. A két állam közötti kulturális egyezményeknek megfelelően rendre utaztak ki újságírók az egyes szerkesztőségekből, a rádiók és a televíziók adtak át egymásnak műsorokat, és a két ország külképviseletének sajtóattaséi figyelemmel kísérték, miként és milyen terjedelemben foglalkozik a vendéglátó ország sajtója a másik ország életével. Ezen kívül 1962 nyarán Siklói Norbert, a Magyar Újságírók Országos Szövetségének (MÚOSZ) főtájkára vezetésével magyar újságíró-delegáció járt Csehszlovákiában, ahol a csehszlovák sajtóirányítás és sajtó számos vezetőjével találkozott. Siklói kiemelte, hogy - bár a prágai pártlap, a *Rudé Právo* főszerkesztője szerint a „fogyatékoságok bírálata” a sajtó napirendjén van - valódi kritika a Csehszlovák Kommunista Párton (CSKP) belül sem működik, mert a párt vezetői egymástól is tartanak. Meglátása szerint a csehszlovák sajtóban mindez az 1956 után nálunk is - főleg az ötvenes évek jellemzőjeként és leküzdendő fantomjaként - sokat emlegetett szürkeségben és sematizmusban mutatkozott meg.<sup>1</sup> Másfél évvel később a Tájékoztató Hivatal elnöke, Naményi Géza utazott Csehszlovákiába. Feljegyzéséből igen részletesen rajzolódik ki a csehszlovák sajtó működése és a sajtóirányítás gyakorlata. A sajtóirányítás elsődleges szerve ott szintén a pártközpontban volt (az ideológiai főosztályon belül) és létezett egy sajtóelosztály a Szlovák Kommunista Pártban (SZLKP) is. Itt foglalkoztak sajtófigyeléssel és -értékeléssel, rendszeresen tájékoztatták a főszerkesztőket, a szerkesztőket, a rovatvezetőket. Emiatt Michal Pechó, az SZLKP ideológiai osztályvezetője úgy ítélte meg, hogy náluk is túl sok energiát emésztenek fel a mindennapi ügyek. A látogatás idején vitatéma volt, hogyan rendezzék a sajtóban megjelenő bírálatokat, míg Magyarországon 1963 óta kormányhatározat szabályozta a kérdést. Nem működött azonban a kormány mellett a magyar Tájékoztató Hivatalhoz hasonló intézmény, csupán egyetlen munkatárs foglalkozott a kormányulésekről kiadott kommunikék megfogalmazásával. Volt viszont egy Naményi által sajtófelügyeletnek nevezett intézmény, amelynek feladatát a prágai pártközpont egyik, sajtóügyekért felelős vezetője a következőképp írta le: saját hatáskörben döntenek a katonai és államtitoknak minősülő részek kihúzásáról, és ha politikai hibát vélnek felfedezni, a pártközponthoz fordulnak. Ám ilyen esetek nem napi rendszerességgel fordultak elő.<sup>2</sup>

A Szovjetunió Kommunista Pártja (SZKP) XXII. kongresszusa után - akárcsak a Magyar Szocialista Munkáspártnak (MSZMP) - a CSKP-nak is szembe kellett néznie az ötvenes évek első felének koncepciók pereivel. A felülvizsgálat eredményeképpen utólagosan minden vádlottat felmentettek, míg Novotny arra használta fel az alkalmat, hogy a felelősséget a gottwaldi vezetésre hárítsa, és annak a központi bizottságban maradt tagjait eltávolítsa.<sup>3</sup> Ehhez járultak egyrészt a szlovák önállóságot csökkentő központosító törekvések, másrészt az 1954-ben a szlovák burzsoa nacionalizmus vádjával bebörtönzött Gustáv Husák és Ladislav Novomeský felemás rehabilitációja (Balogh, 1997: 328–329; a csehszlovák 1968-ról lásd még Williams, 1997). Naményi Géza feljegyzéséből kitűnik, hogy értelmiségi és sajtókörökben a fenti fejlemények kapcsán érezhető elégedetlenség és feszültség jelentkezett. A CSKP KB 1963. áprilisi ülése után viszonylag gyakran volt szükség a sajtóirányítás beavatkozására a törvényességgel kapcsolatos cikkek esetében. A legtöbb problémát Csehszlovákiában is az Írószövetség lapja, ekkor a *Kultúrny ívot* okozta. Mint

Michal Pechó kifejtette: a „lap szerkesztőbizottsága olyan irányt vett fel, hogy megengedte, hogy a lapban mindenféle dologról és kérdéstről írjanak”.

Vagyis a sajtóirányítás határozottan fellépett az ellen, hogy a sajtóban vitakultúra alakuljon ki, és gátolta a rehabilitáció nyilvános tárgyalását. Ráadásul az újságíró-szövetség vezetőit is kérdőre vonták, mivel a szervezet közgyűlésén nagyon erőteljesen jelentek meg az önkritikus, a felelősség és a pártfegyelem kérdésére feszegető hangok: egyesek a szövetség nevében elnézést akartak kérni a frissen rehabilitáltaktól a korábbi években megjelent írások tartalma miatt.<sup>4</sup>

Az 1966 októberében elfogadott csehszlovák sajtótörvény sem a reformok jegyében született. Igaz, hogy bekerültek az újságírók tájékoztatásáról, az újságírók védelméről szóló, a főszerkesztők jogkörét kiszélesítő rendelkezések – amelyek nálunk különböző alsóbb szintű jogszabályokba foglaltan léteztek csak –, ám az újságírók nemtetszését váltotta ki, hogy törvényi megerősítést nyert az állami cenzúrahivatal, a belügyminisztérium polgári közigazgatási részlegéhez tartozó Központi Kiadói Igazgatóság is. A pártközpont illetékesei ezt két tényezővel indokolták. Először is azzal, hogy a főszerkesztők nem ismerhetik a nyilvánosság előtt nem tárgyalható állami és katonai titkok teljes körét. A lényegesebb ok viszont inkább a második lehetett: a pártvezetés nem bízott a főszerkesztők és a lapkiadók vezetőinek politikai ítélőképességében, és abban, hogy betartják a pártvonalat, és közben tudják tartani a szerkesztőség munkatársait. Erre példa ismét csak egy irodalmi lap, a *Literárny Noviny*, amellyel szemben a cenzúrahivatal egyre gyakrabban élt a cikkvisszatartás jogával. Mivel a betiltás helyett kevésbé látványos módszerekkel akartak rendet teremteni, 1967-től egy olyan adminisztratív intézkedéscsomagot terveztek, amely a sajtótörvény életbe lépésével együtt újjáalakos lapengedélyezést követel meg (egyben szerkesztőségi politikai-ideológiai program benyújtását teszi szükségessé), illetve a papír- és nyomdai árak változtatásával is a kiadó szervre akartak nyomást gyakorolni.<sup>5</sup>

Jellemző a magyar és a csehszlovák pártirányítás 1968-ig eltérő útkeresésére, hogy az ekkoriban Magyarországon is napirenden lévő sajtótörvény kapcsán bekért csehszlovák sajtótörvényre a következő széljegyzet került: „Csak szigorúan a választmány tájékoztatására. Nem azért, hogy itt vitassuk, értékeljük. Más jogi és sajtópolitikai körülmények között készült. Láthatóan más a célja...”<sup>6</sup>

A csehszlovák és magyar sajtóirányítási szervek kapcsolatai a csehszlovák belpolitika megélénkülése nyomán intenzívvé váltak. 1968. január 5-én Alexander Dubček váltotta Novotnyt a CSKP élén. A közeledés elsősorban a rövid ideig – 1967. január 20. és 1969. január 8. között – fennálló Kulturális és Tájékoztatási Minisztérium (KTM) nevéhez fűződött, amelynek három főosztálya közül az egyik a tájékoztatás irányítását látta el.

A változások jelei már a prágai nagykövetség január végi jelentéséből érezhetőek voltak. Az előző év októberi jelentéséből még a hatalomnak a sajtót megrendszabályozó kísérleteire lehetett következtetni. Így Kovács Imre nagykövet beszámolt arról, hogy az „elkanászodó” *Literary Novinyt* kivették az Írószövetség kezéből, és a kulturális-tájékoztatási tárca felügyelete alá került, új főszerkesztővel. Szintén lecserélték a főszerkesztőt a CSKP KB kulturális-politikai folyóiratánál, a *Kulturni Tvorbánál*, mivel a lap több ízben szembe ment a pártközpont kultúrpolitikai elképzeléseivel. A pletykák szerint Jaroslav Hes főszerkesztő ellentmondásos helyzetbe került, mivel egyszerre látta el a főszerkesztői posztot és a párt ideológiai osztályának osztályvezető-helyettesi teendőit. Így amit – értsd: a kulturális és ideológiai vitacikkek – az egyik kéz engedélyezett, azt a másik kéznek le kellett volna tiltania.<sup>7</sup>

A januári nagyköveti jelentés viszont azt húzta alá, hogy a minisztériumi átszervezés és az 1966-ban hozott sajtótörvény a főszerkesztők önállóságát növelte. A pártközpont az operatív ügyeket a minisztériumnak utalta át, ahol január végén a szűk három hónapot hivatalában töltő, a *rádió* éléről érkezett Karel Hoffman tartott eligazítást a minisztériumi sajtóosztályok vezetőinek. Ennek keretében felhívta kollégái figyelmét: „nem szükségszerű”, hogy a sajtó csak pozitív hangon foglalkozzék a minisztériumok munkájával, sőt megjelenhetnek olyan írások is, amelyek esetleg a miniszterek nemtetszését váltják ki. A dilemmát az jelentette a KTM vezetése számára, hogy miként lesz képes befolyását biztosítani a sajtó felett – minden egyes szó előzetes ellenőrzése nélkül is. Ehhez elsősorban a sajtó rendszeres tájékoztatását, PR-szerű sajtómunkát kért a tárcáktól.<sup>8</sup>

## A prágai tavasztól a rendteremtéséig

Az új csehszlovák vezetés tehát 1968 januárjában gyakorlatilag elengedte a sajtó kezét, de kereste a „lazább” vezetés módszereit. Ezért is járt február 20. és 23. között a Kulturális és Tájékoztatási Minisztérium küldöttsége Magyarországon. A delegáció tagja Boleslav Roháč, a KTM osztályvezetője, Jaroslav Diblík, a helyettese és a KTM szlovákiai kirendeltségétől Michal Rábek volt. Jártak a Tájékoztatási Hivatalban, az Agitációs és Propaganda Osztály vezetőjénél, Katona Istvánnál, meglátogatták a MÚOSZ-t, a *Magyar Rádiót*, az MTI-t, a Lapkiadó Vállalatot, az Athenaeum Nyomdát és több lap szerkesztőségét.<sup>9</sup> A legjobban a „cenzúra nélküli” sajtó működtethetősége érdekelte őket.<sup>10</sup>

Az út tanulságait Jaroslav Diblík a csehszlovák újságírók szaklapjában, a zárt terjesztésű *Novinarban* tette közzé. „Magyarországon nincs cenzúra” – húzta alá a cikk ezt a magyar fél által többször hangsúlyozott tényt, ami ellentétes volt a hatvanas évek csehszlovák gyakorlatával. A megszólított magyarországi szereplők a következőket hangsúlyozták: Barcs Sándor azt, hogy a cenzúra bevezetése nem egyeztethető össze az egyszemélyi vezetői felelősség elvével (az írásból az derül ki: ez itt részben az öncenzúrát jelentette); Katona István arról szólt, hogy a sajtó irányításában a káderek kiválasztása és a sajtó vezetőinek állandó és teljes tájékoztatása a fontos. A csehszlovák sajtópolitikus ezen felül azt a következtetést vonta le a beszélgetésekből, hogy az adminisztratív tilalmak és retorziók helyett az irányítás csak politikai módszerekkel, állandó párbeszéddel és meggyőzéssel

működhet hatékonyan. Ebbe pedig az is belefér, ha egy-egy lap *néha* elkövet politikai hibákat.<sup>11</sup>

A sok magyar tárgyalópartner annak is a tünete volt, hogy a csehszlovák minisztériumnak nem volt százszázalékos magyarországi megfelelője, hiszen a Tájékoztatási Hivatal nem volt minisztérium, és hatáskörét nem határolták körül világosan.<sup>12</sup> Ráadásul, míg a kormánytevékenység kommunikáción és ismertetőkön keresztüli közvetítése a Tájékoztatási Hivatalra hárult, addig Csehszlovákiában, 1967-ben, a Minisztertanács mellett – tehát nem a KTM-ben – külön kormányzóvivői osztályt állítottak fel, amely a Csehszlovák Távirati Irodától (CTK) vette át ezt a feladatkört.<sup>13</sup> Ezenfelül, 1968-ban a magyar pártközpont szilárdan kézben tartotta a sajtó irányítását, Csehszlovákiában viszont az a tavasz folyamán (akárcsak a magyar vezetésnek 1956 októbere előtt) egyre jobban kicsúszott a kezéből.

Igaz, az nem a magyar sajtóirányító szervek összehangolt működését bizonyítja, hogy a Tájékoztatási Hivatal a sajtóból értesült arról: március végén, Prágában töltött szabadsága során Siklósi Norbertet fogadta Jozef Vohnout, a KTM tájékoztatási főosztályának vezetője. E nem hivatalos találkozáson a csehszlovák fél azt hangsúlyozta, hogy a magyarországi tanulmányutat nagyon hasznosnak találta, és a megoldásokat a magyar gyakorlat irányában, hivatalos cenzúra nélkül, a sajtóban dolgozóknak nyújtott sokoldalú tájékoztatás révén képzelik el, még hozzá egy újrafogalmazott sajtótörvény segítségével.<sup>14</sup> Ez volt az utolsó magas szintű érintkezés a magyar és a csehszlovák sajtószervek között 1968 augusztusa előtt.

A csehszlovák sajtó azonban hamar túlment azon a ponton, amelyet a magyar vezetés és személyesen Kádár János elfogadhatónak tartott. Különösen nem fért bele a magyar korlátozott és önkorlátozó nyilvánosságba két, nagy visszhangot kiváltó írás.

Az első Oswald Machatka Szintén egy évforduló című, a *Literární Noviny* 1968. június 13-ai számában megjelent cikke. Ebben Dubček és Nagy Imre helyzete és dilemmái (naiv megegyezésre törekvés a hazai konzervatívokkal és a szovjet pártvezetéssel vagy a szovjet típusú rendszer bírálata nemzeti támogatással) között húzott párhuzamot, és a Nagy Imre-pert a korábbi törvénytörő perekhez hasonlította. Még riasztóbb képet festhetett a csehszlovákiai sajtóviszonyokról, hogy a magyar fél „tapogatózása” ellenére a Machatka-cikkkel szemben nem indult érdemben sajtóvita (Huszár, 1998: 119–122).

A másik ominózus írás szintén egy irodalmi lapban, a *Literární Listy* hasábjain jelent meg, Kétezer szó címmel, majd a Ludvík Vaculík által jegyzett, ám sokak által aláírt kiáltványt több napilap is közölte. A CSKP pártértekezleteinek idején megjelenő, tehát konkrét politikai célt szolgáló, az eredményeket a konzervatív pártteremtőktől féltő, „szamizdatként” Magyarországon is keringő írás inkább támogatottsága, kollektív és szervezett volta miatt keltett riadalmat (Huszár, 1998: 131–134). Ezek a kirívó esetek azonban azt az érzést erősíthették meg a magyar vezetésben, hogy a sajtó lényegében kicsúszott a CSKP kezéből.

A „prágai tavasznak” véget vető katonai beavatkozás ellentmondásos helyzetet teremtett. Mivel elmaradt a felső vezetés azonnali leváltása, kezdetben a sajtóirányításban is azok ültek le egymással, akik már augusztus előtt is pozícióban voltak. A beszélgetések tárgya ugyanakkor egészen más volt.

A MÚOSZ elnöke volt az, aki a magyar sajtóirányítás prominensei közül elsőként Prágába érkezett. Siklósi márciusi beszélgetőpartnerre, Jozef Vohnout ekkor már az újonnan megszervezett Sajtó- és Tájékoztatási Hivatal (STH) elnökeként osztotta meg vele legfőbb gondjait, mindenekelőtt a cenzúra átmenetinek szánt rendszerének megszervezését. Az akkori elképzelés az volt, hogy a húsz-harminc, lapkiadásban is érdekelt kiadóvállalatnak kell politikai munkatársaik közül cenzorokat kijelölniük, akik a Sajtó- és Tájékoztatási Hivataltól kapják meg a központi utasításokat. Ugyanakkor tartotta magát az „ön szabályozó” magyar modellhez való vonzódás is. Siklósi azonban arra intette Vohnoutot, hogy nekik az adott helyzetben nem 1968, hanem 1957 eleje a megfelelő magyar párhuzam: szigorú, központilag vezérelt előzetes cenzúrára, a lapengedélyek megvonására és határozott személycserékre volna szükségük, míg az adminisztratív szigor oldásának csak a helyzet rendeződésével lesz helye.<sup>15</sup>

Vohnout egy csehszlovák delegáció élén 1968 októberében járt Magyarországon (az STH igazgatóját elkísérte Jozef Lajs, a sajtó- és tájékoztatási kormánybizottság titkára). Az augusztus előtt is vezető posztion lévő csehszlovák politikusok kijelentették, hogy a katonai beavatkozás nem volt szükségszerű, a dubčeki pártvezetés képes lett volna a helyzet stabilizálására, míg a Varsói Szerződés Szervezetének harckocsijai sokkolták a csehszlovák embereket. Ugyanakkor hozzátették, hogy az új helyzetben a moszkvai megállapodásokhoz<sup>16</sup> tartják magukat, és egy ilyen szellemben működő sajtó kialakítására törekednek.<sup>17</sup>

A csehszlovák funkcionáriusok elkeseredését az is fokozhatta, hogy a sajtó területén a rendteremtés minden nyűgére rájuk hárult. Elutazásuk előtt Vohnout azt panasolta a prágai nagykövetség munkatársainak, hogy a párt nem képes kézben tartani az agitprop szerveket, nincs átfogó koncepciója, sőt még a CSKP saját lapjai felett sem tud úrrá lenni. Rendszerűen vált, hogy a kb egyszerűen átpostázta a teendőket hivatalának, és ebben a helyzetben az STH volt kénytelen a szokásos útmutatásokat (például az ünnepi-évfordulós szempontokat) kiadni a sajtónak. A hivatalvezető emellett utalt arra, hogy erős a félelem a sajtóban dolgozók körében, hogy az ötvenes évek gyakorlata fog visszatérni, az apparátusban meg amiatt, hogy az ideológiai irányítás olyan személy kezébe kerül, akitől teljesen idegen az újságírás – nevezetesen Vasil Bižakéba.<sup>18</sup> Az utóbbi aggodalom nem is volt alaptalan: az ideológiai kérdések gazdája a CSKP keményvonalasainak prominense lett.

Vohnout és Lajs elsősorban az állami sajtóirányítás szervezetének és gyakorlatának kiépítéséhez keresett fogódzókat Magyarországon, ami logikus választás volt, hiszen Kádár János kormányának hasonló kihívásokra kellett válaszokat találnia 1956–1957 fordulóján, amikor a Tájékoztatási Hivatal újbóli felállítása mellett döntöttek. A csehszlovák felet a hivatal szervezeti rendje és feladatköre, valamint a tömegtájékoztatás szereplőire

(szerkesztőségek, kiadók, MRT, MTI, megyék) való viszonya érdekelte. Ugyanakkor azt is hangsúlyozták: azért esett Magyarországra a választásuk, mert középtávon továbbra is a cenzúra megszüntetésével számolnak.

A csehszlovák fél kérdéseinek megválaszolása során a magyar fél arra törekedett, hogy olyan diszkrét módon mutassa be az 1956 utáni és a korabeli módszereket, hogy azzal a felmerülő kérdésekre indirekt válaszokat adjon, azaz partnerét finoman orientálja. Pataki Miklós, a Tájékoztatási Hivatal munkatársa felettesének készített feljegyzésében azt tartotta lényegesnek, hogy a forradalom után először adminisztratív úton kellett rendet tenni. Ennek egyrészt szerves része volt a renitens újságírók megfegyelmezése (a sajtóból való végleges vagy ideiglenes kitiltásokkal, fegyelmielével, nagyarányú személycserékkel, a szerkesztői székekbe teljesen lojális emberek kinevezésével). Másrészt nem haboztak bevezetni az előzetes cenzúrát, de óva intett annak jogszabályi rögzítésétől, mivel így annak megszüntetése is a hatalom érdekeinek és belátásának függvényében történhetett, mindenféle látványos intézkedés vagy bejelentés nélkül.<sup>19</sup>

Az 1968 augusztusa után kialakuló csehszlovák sajtóirányítási rendszer alapvonásaiban megegyezett a magyar szervek felépítésével. Ennek leglényegesebb eleme a sajtó párt- és állami irányításának kettőssége volt. A legszembetűnőbb eltérést viszont a csehszlovák állam október végi föderalista átszervezéséből adódóan azok központi és tagállami szintekre bomlása – tulajdonképpen megháromszorozódása – jelentette. Így a Jozef Vohnout vezette cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatalnak létezett szlovák párja Pozsonyban, Ondrej Gries vezetésével, míg felettük létrehozták a Szövetségi Sajtó- és Tájékoztatásügyi Kormánybizottságot (STB), decembertől a miniszteri rangot viselő Jaroslav Havelka vezetésével, hat-hat cseh, illetve szlovák taggal.<sup>20</sup> Pártszinten a CSKP KB Sajtóosztálya mellett működött a CSKP Cseh Irodája, illetve a Szlovákiai Kommunista Pártnak is volt sajtóosztálya. Hasonlóképpen külön szövetségbe tartoztak a cseh és a szlovák újságírók, és létrejöttek a távirati iroda (CTK), a rádió és a televízió párhuzamos szervei is.<sup>21</sup>

A föderációs rendszer azonban e kezdeti szakaszban meglehetősen felemásan működött (a cseh-szlovák viszonyról lásd Kovács, 1993: 58–60). Egyrészt a pártra az volt jellemző, hogy a központi feladatok jelentős része végül a gyakorlatban a Cseh Irodához került. Másrészt a szövetségi kormány szerv még 1969 májusáig sem alakította ki működési szabályzatát, és a tervbe vett, 1970 elejére ütemezett sajtótörvény munkálataira végképp nem maradt kapacitása.<sup>22</sup> Elsősorban ez a képlékenységi vezethette az STB-t, hogy keresse a kapcsolatokat más szocialista országok megfelelő szerveivel, elsősorban szovjet, lengyel és magyar irányban.

Így a magyar Tájékoztatási Hivatalt bő egy éven belül egy harmadik szerv is megkereste. (Az eredeti tervek szerint a tavasszal Naményi Géza viszonzta volna Vohnout látogatását; a TH vezetője azonban váratlanul elhunyt, tavasszal meg lemondott a cseh társszerv vezetője.) Jaroslav Havelka minisztert május 22. és 24. között a Tájékoztatási Hivatal megbízott vezetője, Lindner László fogadta, és emiatt a rangban megfelelő partner híján a találkozókat nem hivatalosnak minősítették. A minisztert az STB titkára és Ludovít ulc, a CSKP KB sajtóosztályának helyettes vezetője kísérte el.

A csehszlovák politikusok elsősorban a tájékoztatás rendszerének 1956 utáni magyar konszolidációja iránt érdeklődtek. Ehhez alkalmas fogódzókat a készülő sajtótörvényben és a sajtóterületre vonatkozó jogszabályok megismerésében kerestek, ám megerősítették, hogy a központi cenzúraszerv nélküli magyar megoldás adott körülményeik között számukra nem aktuális. Különösen az nyerte el a tetszésüket, hogy magyar sajtó lényegében „saját belátásából” követi a pártvonalat és tartja be az „íratlan játékszabályokat”, vagyis a főszerkesztők minden kényszerintézkedés nélkül megtartják az esetjelleggel kiadott hírzárakat, pro domókat és egyéb kéréseket. Ráadásul ezeket nem is szabályozza semmi a magyar jogrendben.<sup>23</sup>

Ennek a magatartásnak – a látogatás idején – ugyanakkor vajmi kevés jele mutatkozott a csehszlovák újságíró-társadalom részéről. Bár tavaszra sikerült valamelyest rendezni a rádió és a televízió helyzetét, ahol megtörténtek az első jelentősebb elbocsátások: igaz, a négy rádiós mindegyike és a majdnem harminc érintett televíziós fele – más beosztásban – megmaradhatott munkahelyén. A legtöbb újságnál azonban csak annyi változás történt, hogy „feltették a hangfogót”, mert még nem kezdődtek meg a tisztogatások. (Ennek egyik kézzel fogható következménye a publicisztikus, kommentáló anyagok szűkössége lett, hiszen az új vonallal egyet nem értő újságírók többsége vagy eleve elutasította, hogy így tegyen hitet a husáki vezetés mellett, vagy írásai fennakadtak az STB-cenzorok szűrőjén.) A differenciáltan alkalmazott, a rádiót, a televíziót és egyes renitensnek számító lapokat (*Listy, Reporter*) keményebben kezelő cenzúrával, illetve a szerkesztőségi „elbeszélgetésekkel” azt akarták elérni, hogy a médiumok 1969 nyarán már betartsák az alapvető követelményeket. A szerkesztőségek kulcspozícióiban ezért kádercseréket akartak.<sup>24</sup>

A konszolidáció ügye azonban keveset mozdult előre júniusra. Ezt mutatja, hogy a csehszlovák belügyminisztérium igen elégedetlen volt a június 9-én a szövetségi kormánybizottságnál rendezett főszerkesztői értekezlet menetével. Mint a belügyi munkatársak elmondták, a jelenlévő vezető újságírók „provokációs” kérdésekkel támadták a szovjet csapatok csehszlovákiai jelenlétét és a belügyi szervek gyakorlatát.<sup>25</sup> A sajtóirányítás az újságírók „jobboldali, opportunistáknak, antiszocialistáknak” csoportjainak ellentámadásáról beszélt. Előfordult például – pont az agitációs és propaganda-területért felelős Jakab Sándor által vezetett küldöttség utazásával kapcsolatban –, hogy a prágai pártlap a találkozóról szóló kommunikét nem a sajtóirányítás megszabta elvek szerint, hanem lerövidítve, hátrébb csúsztatva jelentette meg. Ennek jelentőségét az adja, hogy a Csehszlovákiába bevonult országok egyikéről volt szó, így komoly szándékosságot tulajdoníthatnak a dolognak. Egy-egy ilyen hiba a csehszlovák sajtóirányítás szemében más megvilágítást nyert, mivel az „ötök” bevonulása óta küzdöttek azzal, hogy a részt vevő országokról – elsősorban a Szovjetunióról – nem született elegendő számú, megfelelően lelkes írás. Ennek kontrasztjaként feltűnő volt az „1968 augusztusából” kimaradó Románia és Jugoszlávia sajtóbeli szerepeltetése.<sup>26</sup>

## A rendteremtés

A sajtóban a rendteremtés megkezdése tehát 1969 második felére maradt. A belügyi szervek meglehetősen elégedetlenek voltak nemcsak a sajtó, hanem a sajtóirányítás teljesítményével is. Hiányolták a kormányzati sajtószerv határozottabb fellépését, kifogásolták a Szövetségi Sajtó- és Tájékoztatásügyi Kormánybizottság tehetetlenségét, azt, hogy nem tudja elérni: az újságíró- társadalom kulcsfigurái elkötelezzék magukat a vezetés mellett.<sup>27</sup> E problémák miatt 1969-ben a hatalom egyrészt jelentős személycseréket hajtott végre, másrészt felülvizsgálta a sajtóirányítás szervezetrendszerét. Egyik sem ígérkezett könnyűnek.

Az újságírók megrendszabályozásában a csehszlovák vezetés lényegében már rég „elszalasztotta” a magyar recept követését. 1956–1957 fordulójával ellentétben Csehszlovákiában nem váltak hetekre-hónapokra tetszhalottakká a lapok, hogy azután a párt vezető testületei fokozatosan újra engedélyt adjanak a megjelentetésükre. Mivel 1968 augusztusa után az újságírók a helyükön maradtak, nem kényszeríthette ki lojalitásukat az egzisztenciális fenyegetettség sem. Az újságíró-szövetséget sem iktatták ki jó másfél évre, sőt annak vezetősége jó ideig úgy gondolhatta, hogy a hatalomnak tárgyalni kell vele a rendezés érdekében. Így azután kijózanítóan hathatott, amikor az 1969. július 2-án rendezett országos újságíró-aktívára a kb sajtóosztálya úgy szervezett össze 500 kommunista párttagot, hogy a szövetség előljáróit meg se hívták – méghozzá hangsúlyozottan a Csehszlovák Újságíró Szövetségben (CSÚSZ) uralkodó állapotok miatt.<sup>28</sup> A kiutat tehát a hatalom a kommunista újságírók egy szűkebb magjára támaszkodva, elképzeléseit a szerkesztőségekben rajtuk keresztül megvalósítva látta reálisnak. Az ugyanis közvetlen és azonnali hatással járhatott, amihez képest az újságíró-szövetség helyretétele csak közvetve és hosszabb távon ígért eredményeket.

Ennek ellenére ősszel konkrét lépések történtek – a többi művészeti szövetséget megelőzően – az újságíró-szövetség ügyében is: a pártvezetés ugyanis úgy döntött, megszabadul a 68-as örökségként nyakán maradt szövetségi vezetéstől. Az ülésen – jelentős mértékben a magyar mintára történő feloszlattal, a székház elvesztésével stb. való zsarolás hatására – megszavaztak egy harmincfős bizottságot a CSÚSZ következő kongresszusának előkészítésére. Ebben a testületben már az akkori vezetés erős emberei (például Oldrich Svestka és Divis) domináltak. Ekkor még úgy tervezték, hogy 1970 első hónapjaiban megtarthatják a konszolidációt lezáró kongresszust.<sup>29</sup>

A hatalom ezzel szemben – az 1969 végi, 1970 eleji beszámolók szerint – igen lassan tudta csak érvényesíteni akarátát, noha a főszerkesztők és az egyéb munkatársak egyre nagyobb részét leváltották. A mézesmadzag, az újságíró-fizetések jelentős, 1000–2000 koronás emelésének kidolgozása sem sokat javított ezen – ráadásul az új fizetési rendszert a két pártnapilapot kivéve csak 1971 során, több lépcsőben tudták életbe léptetni.<sup>30</sup> A sajtóirányítás csak néhány lapot tudott stabilan kézben tartani. Az újságírók jelentős csoportjai még másfél év után is a kivárást választották abban a hitben, hogy ez a pártvezetésre is hatással lehet. A konszolidációt ők nyilván a párton belüli baloldal visszaszorításával, a magyarországihoz hasonló kétfrontos politika alapján tartották elfogadhatónak. A kérdésben a pártvezetésen belül is ellentét volt: a személyi változások nemcsak a lapoknál, hanem a vezető testületekben is napirenden voltak, a sajtóirányítás munkatársai sem érezhették biztonságban magukat.<sup>31</sup>

1970-ben azonban egyre inkább úgy látszott: a keményebb rendteremtés hívei kerekedtek felül. A magyar pártvezetés ebben a kérdésben inkább a mérsékletesség irányában próbálta befolyásolni a cseh pártot, más szocialista országok azonban épp ellenkezőleg léptek fel. Kelen Béla, az *Esti Hírlap* akkori főszerkesztője két ízben is járt Prágában nem hivatalos megbízatással, beszélt a prágai első titkárral, illetve a testvérpap, a *Vecerny Prahy* főszerkesztőjével. Arról igyekezett meggyőzni a cseh politikusokat, hogy a személyi kérdésekben ne essenek túlzásokba, „ne dobjanak el minden olyan embert, akinek volt egy szava vagy kritikája” (Kelen, 1987: 899–902).

Az újságírók felülvizsgálata végül több hullámban folyt le. Ez komoly bizonytalanságot gerjesztett, mivel nagy számban estek áldozatául olyan vezető újságírók is, akik egy-egy szűrőn már átjutottak. A felülvizsgálat egybeesett a párttagkönyvcserével (azaz a párttagság revíziójával): a pártból kizárt újságírókat a szerkesztőségekből is eltávolították, és a továbbiakban nem végezhettek propagandamunkát.<sup>32</sup> 1970 őszeig a CSÚSZ előző évben megválasztott harminctagú vezetőségének a felét is lecserélték, és a cseh újságíró-szövetség is hozzájárult a tagság politikai felülvizsgálatához. Igaz, a novemberig kizárt százötven újságíró közt megtalálhatjuk a Nyugatra távozókat is, míg az újonnan felvettek száma ekkor még meghaladta a kizártakat.<sup>33</sup>

Ezek a kezdeményezések aligha a sajtóirányítás területéről érkeztek, hiszen annak munkáját szinte kaotikussá tették a nagyarányú elbocsátások: ez a *Rudé Právo* újságírói gárdájának például 40 százalékát érintette, az értesülések szerint a rádiónál dolgozó párttagok felét, a tévénél több mint a felét. És nemcsak az újságírók érezhették magukat veszélyben: a cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatalban a hatvankilenc kommunista párttagból harmincötre várt kizárás! A szövetségi kormánybizottság elnökhelyettesének, a szlovák Jan Vigasnak hetekig húzódott az ügye, mert a prágai és a pozsonyi szervek egymásnak küldözgették az aktákat, nem vállalván a döntést. A külügyi sajtóosztályon nem maradt más, mint a főosztályvezető és helyettese.<sup>34</sup>

Az ilyen mértékű tisztogatások viszont jogosan vetették fel azt a kérdést: ugyan ki fog akkor itt újságot csinálni, hiszen rövidebb lapokat csak átmenetileg lehetséges készíteni? Ráadásul – a sors fintoraként – 1970-re két nagy központi sajtófeladat is esett: a Lenin-centenárium és Csehszlovákia felszabadításának 25. évfordulója, amelyek kapcsán számolni kellett az újságírók körében és a társadalomban is létező erős szovjetellenességgel. A megvalósítás módja nem is nyerte el a sajtóirányítás tetszését – Vasil Bejda szlovák ideológiai osztályvezető például már február közepén kikelt a főszerkesztők értekezletén a lapokban folyó Lenin- és szovjetinfláció, a szürke, közismert történeteket ismételtető, száraz életrajzi adatokat soroló és a szovjet sajtóból ollózott anyagok ellen.<sup>35</sup> A



társadalom hozzáállását jól mutatja, hogy a *Rudé Právo* példányszáma – a sok szovjet vonatkozású anyag miatt is – 1,1 millióról a tavasz végére 700 ezerre esett vissza.<sup>36</sup>

A káderkérdés problémája 1970 első felében immár az újságíró-utánpótlás megteremtését is felvetette. Lényegében három lehetséges forrás merült fel. Az írni hajlandó káderek borzasztó hiányát mutatja, hogy a pártközpont hathetes, míg az egyetemi újságíró-tanszék három hónapos tanfolyamokat szervezett, amelyek résztvevőit elsősorban a pártlapok levelezői közül választották ki. Emellett megpróbálták visszacsalogatni a sajtóba azokat, akik az előző évtized folyamán más pozíciókba távoztak.<sup>37</sup> (A fizetésemelések tervét érdemes ebben az összefüggésben is felidézni.) A helyzet megoldatlanságát mutatja, hogy végül összekapcsolták az újságíró- és a papírhány kérdését, abból kiindulva, hogy az 1600 időszaki kiadvány túlzottan magas szám, a párhuzamosan megjelenő, lényegében azonos profilú lapok összevonásával és megszüntetésével egyszerre lehet munkaerőt és papírkontingenst felszabadítani. Az STH adatai szerint 1969 áprilisa és 1970 novembere között 77 országos és 170 megyei lapot töröltek csak Csehszlovákia területén.<sup>38</sup> (1970-ben Magyarországon 859 volt a bejegyzett sajtótermékek száma, igaz, Csehszlovákiában számos lapnak megvolt a maga cseh és szlovák változata.) Az átszervezés egyik vesztese a szlovákiai magyar sajtó lett.<sup>39</sup>

Az 1969 közepétől előtérbe kerülő másik kérdéssé a sajtóirányítás rendszerének kialakítása vált. Míg – Magyarországhoz hasonlóan – közvetlenül az intervenció után a kormányzati szervekre hárultak a legnagyobb terhek, a következő évtől határozottan érvényesült a pártközpont igénye, hogy visszavegye az irányítást. Az állami és a pártszervek közt kialakulatlan munkamegosztásból és rivalizálásból eredő párhuzamosságokat ráadásul megsokszorozta a föderális ország szerkezete. Ez még nehezebben kibogozhatóvá tette a hatásköri és felelősségi viszonyokat. Eközben a szlovák testületek az alkotmányon túlmenően saját teljesítményükre is hivatkozhattak, mivel Pozsony Prágánál hátrább járt a lázadásban és előrébb a rendteremtésben.

A CSKP központosítási törekvéseinek első áldozata a nemzetközi kapcsolatépítésben igen aktív Sajtó- és Tájékoztatás Kormánybizottság lett. Az ellene felhozott „vádponthoz” szerint a pártszervek, illetve a cenzúra miatt nélkülözhetetlen két STH mellett nem találták meg a bizottság helyét és funkcióját. Így – bár felmerült a Tájékoztatási Minisztérium visszaállítása is – egy kisebb létszámú tájékoztatási főosztály megszervezése mellett döntöttek. A viszonyok és az elképzelések tisztázatlanságát mutatja egyrészt az, hogy miután a pártközpont már elvi elhatározásra jutott, a kormánybizottság elnöke és helyettese még nagyban tervezte hivatalos találkozóit – Havelka a magyar és a szovjet után az NDK-s és a lengyel partnerekkel, míg Vigas a bolgár és a jugoszláv féllel –, sőt Havelka Várkonyi Péternek, a magyar Tájékoztatási Hivatal új elnökének is küldött Prágába szóló meghívót.<sup>40</sup> Ráadásul, míg az SZLKP 1970-ben felállított, Pável Kovác vezette sajtóosztálya talált magának irányítanivalót saját országrészében, a CSKP KB Cseh Irodáján létező sajtóosztály és a Divis vezette központi sajtóosztály esetében nem tudták elkülöníteni a feladatokat. Az igazgatási, rendszertani teendőket, valamint a sajtómunka elemzését, a szerkesztők eligazítását végző tájékoztatási hivatalok hatalmas apparátusokkal dolgoztak – különösen a cseh STH 120 fős személyzete tűnt túlméretezettnek az 50 státussal rendelkező magyar szervezethez képest. Ahogy a jelentés összeállítója fogalmazta: a cseh – főleg az állami – sajtóirányításra az jellemző, hogy ott tartanak: a régi módszerek már nem érvényesülnek, míg az irányítás új, megfelelő módszereit még nem sikerült kialakítaniuk.<sup>41</sup>

## **Előrehaladó politikai konszolidáció, elhúzó sajtókonszolidáció**

Csehszlovákiában 1971 a belpolitikai konszolidáció „lezárásának” éve volt. A sajtó központi feladatait is megszabó két szimbolikus esemény zajlott le ekkor. Az év májusában tartották a CSKP XIV. kongresszusát, amely hivatalosan is helyreállította a „sztálini modellt” a maga merev, tervlembontásos gazdaságirányítási rendszerével (Balogh, 1997: 331); ez a számozás szimbolikus is kiiktatta a sorból a párt 1968 augusztusában, még Dubčekkel a párt élén rendezett rendkívüli kongresszusát. Az év novemberében megtartott választásokat pedig a konszolidáció látványos bizonyítékának szánták: az ekkorra már a pártirányításnak alapvetően engedelmessé tett sajtó segítségét is igénybe véve a 10,3 millió választópolgár 99,5 százaléka az urnákhoz járult, és a szavazatok 99,8 százalékát a népfront jelöltjeire adták le. Ugyanakkor tévedés volna a sajtó meggyőző erejét látni ebben a sikerben. Inkább a 700 ezer embert mozgósító agitációs párok járultak hozzá az eredményhez, amelyek a választások előtti héten a családok majdnem háromnegyedéhez, a választások előtti napokon 92 százalékához látogattak el.<sup>42</sup> A média és az irányítás „tökéletlenségét” mutatja például, hogy a CSKP KB Sajtóosztálya kérése értelmében a cseh médiumokban szerepeltek olyanok is, akik elfogadták a szocializmust, de bizonyos kérdésekben nem a hivatalos pártvonalat vallották – a szlovák rádióban azonban nem.<sup>43</sup>

Ilyen okok miatt a CSKP vezetése a további centralizáció mellett döntött: a Csehszlovák Rádióban létrehozták a politikai adások központi főszerkesztőségét, a CTK hírügynökség pozsonyi irodáját teljes mértékben alárendelték a prágai központnak.<sup>44</sup> Újra felmerült, hogy a százhusz fős cseh és a harminc-negyven fős szlovák STH fölé egy központi szervet kellene létrehozni, mivel sem azok egységes irányítása, sem az egymás közti kapcsolattartásuk nem volt megoldott. Így 1971 elején Vlastimil Neubauer, a cseh STH vezetője már úgy tájékoztatta Várkonyi Pétert, hogy ő egy jelentősen lecsökkentett, három intézményre (cseh, szlovák, fejlesztési és műszaki kérdésekkel foglalkozó) bontott tájékoztatási hivatali rendszert pártolna, egy tíz-husz fős szövetségi koordinációs bizottság elvi irányításával.<sup>45</sup> Ebben a kérdésben viszont nem sikerült olyan gyorsan keresztülvinni a központi akaratot, így 1973 első felében is még csak úgy állt a dolog, hogy az év második felében szövetségi és köztársasági bizottságokat hoznak létre, amelyekbe aztán az STH-k is beolvadnak.<sup>46</sup>

Voltak ugyanakkor arra utaló jelek már 1970-ben is, hogy a sajtó konszolidálódik. Legalábbis ezt a folyamatot jelzi a cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatal statisztikája. Eszerint 1969-hez képest jelentősen csökkent a szigorú adminisztratív büntetések (betiltás, megrovás) száma – még időarányosan vetítve is. Az adatok arra vallanak, hogy

lényegében megszűnt a cikkek előzetes engedélyeztetésének gyakorlata is. Mindezek helyett a pénzbüntetések kerültek előtérbe (lásd az 1. táblázatot).<sup>47</sup>

1. táblázat. A cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatal által alkalmazott szankciók, 1969–1970

<b>Intézkedés</b>	<b>1969</b>	<b>1970. szeptember 30-ig</b>
Levonatbemutatás ellenőrzésre	207	6
Előzetes döntés	7	9
Írásbeli figyelmeztetés	57	12
Írásbeli megrovás	20	2
Pénzügyi szankció	3	7
Pénzügyi szankció	70 000 korona	265 000 korona
Ideiglenes betiltás	8	1
Nyilvántartás megszüntetése	2	2
Terjesztés betiltása	19	1
Egyéb intézkedés	6	2

## Újabb magyar-csehszlovák tapasztalatcserék

1971-ben újra megerősödtek a magyar és a csehszlovák sajtóirányítás kapcsolatai. A megelőző „apály” oka többek között a terjesztés kérdése volt: egyrészt a Tájékoztatási Hivatal 1968 augusztusa után korlátozta számos csehszlovák kiadvány magyarországi terjesztését azok „magyar- és szocialistaellenes” tartalma miatt, amit a csehszlovák fél nehezményezett.<sup>48</sup> Később azonban a merevebbé váló csehszlovák hatalom számára lett nemkívánatos, a konszolidációt zavaró tényezővé a szabadabban vitatkozó magyar sajtó. Ám míg cseh részről soha nem mutatkozott komolyabb érdeklődés a magyar kiadványok iránt, addig a magyarok országrészekén a szlovák vezetés kisebbségpolitikai elképzelései is a magyar lapok zavartalan terjesztése ellen hatottak. Ebben a felvidéki magyarság anyaországgal való kapcsolattartásának korlátozási szándéka mellett olyan, korábban említett elemek is voltak, mint az, hogy a rendteremtést felhasználják a szlovákiai magyar nyelvű sajtó korlátozására is – miközben annak léte egyben érvet szolgáltatott a szlovák hatóságok számára a magyar sajtóexport növelése ellen. Ugyanakkor a magyar export 1967 és 1970 között növekvő trendet mutatott, ami nagyrészt annak volt köszönhető, hogy a lapterjesztést végző magyar Kultúra Külkereskedelmi Vállalatnak létezett egy prágai leányvállalata, amelynél közvetlenül is elő lehetett fizetni a magyarországi lapokra. Így a szlovák törekvések elsősorban arra irányultak, hogy ez a vállalat hagyja abba az előfizetés-gyűjtést, és engedje át címlistáit a csehszlovák postának.<sup>49</sup> Végül egy-egy konkrét cikk is felborzolhatta a kedélyeket, mint Daniel Okali szlovák zurnalista írása Clementis külügyminiszterről a *Práca* című szakszervezeti lapban 1972 szeptemberében, amelyben a magyarok kitelepítését üdvözölte. A pozsonyi magyar főkonzulátus – bár egyetértett az illetékes szlovák kb-titkárral abban, hogy a magyar lapok (*Új Szó, Hét*) ne bocsátkozzanak vitába Okalival – felháborítónak találta, hogy „a szigorú szlovákiai sajtóellenőrzés ellenére megjelent antimarxista cikkekre a szlovák nyelvű sajtóban eddig semmilyen reakció nem történt”.<sup>50</sup>

Azt, hogy a fentiek nem jelentették a hivatalos kapcsolattartás akadályát, jól mutatja 1971 sűrű forgalma. Az állami sajtóirányítás vezetői – immár az új hivatali elnökök, Várkonyi Péter és Vlastimil Neubauer – két ízben is találkoztak. A cseh STH vezetője a külügyminisztériumi sajtófőosztály útján előre megküldte a kérdéseit, amelyek lényegében a tájékoztatáspolitikát, a sajtóirányítási intézményrendszer, az adminisztratív és az igazgatási ügyintézés működésének minden lényeges vonatkozására kiterjedtek.<sup>51</sup> A látogatásnak volt egy félig személyes oka is. Neubauert a prágai tavasz elsodorta, és csak a CSKP 1969. áprilisi plénuma után tudott visszatérni a politikába. Hivatalos útjával azt próbálta elérni, hogy az akkor nagyon képlékeny csehszlovák sajtóirányítási struktúrában megerősítse saját és hivatala helyét, és emiatt (a keletnémet és a lengyel állami szervekkel kötött tájékoztatási egyezményhez hasonlóan) a magyar féllel is aláírt egy együttműködési dokumentumot.<sup>52</sup>

Várkonyi Péter még ugyanabban az évben viszonzta a vizitet, illetve felkereste a pozsonyi hivatalvezetőt, Michal Lankot is. Mindkét partnere a tapasztalatcsere folytatását ösztönözte. Ebben az évben a külügyminisztériumok sajtófőosztályainak vezetői – magyar részről Bányász Rezső – is személyes megbeszéléseket folytattak Prágában.<sup>53</sup>

A magyar újságírók látogatásai igen gyakoriak voltak ekkoriban: MÚOSZ- munkaterv alapján, szerkesztőségek közti csere keretében, üdültetés, külügyminisztériumi meghívás útján vagy politikai delegációk kíséretében utazhattak. Ezeket a látogatásokat nem is tudnánk részletezni, mivel 1970-ben 310, 1971-ben 313, 1972 első felében 190 tömegtájékoztatásban dolgozó munkatárs járt Csehszlovákiában. Ezt az élénk forgalmat csak a Szovjetunióba tett látogatások múlták felül, de azok sem jelentősen, és két-háromszoros mértékben meghaladta az egyéb „baráti országokba” (Bulgária, Lengyelország, Románia) utazók számát.<sup>54</sup>

## A sajtókonzolidáció csehszlovákiai „lezárása”

1972-re, vagyis a „társadalmi konszolidáció” utánra maradt a sajtókonzolidáció ünnepélyes lezárása. Csakúgy, mint 1958 júniusának elején Magyarországon, ez Csehszlovákiában is az újságíró-szövetség közgyűlését jelentette.

Csehszlovák részről azonban a zavartalan lebonyolítás megszervezése mellett legalább akkora energiákat igényelt a szlovák önállósági törekvések letörése is. A feladat immár az egységes irányítású újságíró-szervezet létrehozása

volt. 1968 után ugyanis a két nemzeti szövetség felett nem volt egy közös csúcsszerv, helyette csak az úgynevezett Csehszlovák Újságíróközpont működött, amelynek nem volt érdemi beleszólása az egyes szövetségek működésébe. A szlovák és a cseh újságírók április második felében tartott kongresszusain a(z) 1969 óta mind vezető testületeik, mind tagságuk összetételében jelentős változásokon keresztülment) szövetségek kinyilvánították „szándékukat” az egységes újságíró-szövetség újjáalakítására. Nem véletlen, hogy ezt elsőnek a szlovák fél tette meg, amit Oldrich Svestka, a CSKP KB jelen lévő ideológiai titkára elismeréssel fogadott. Ezenfelül a nemzeti szövetségek is nevet változtattak, hangsúlyozva azt, hogy immár területi szervként működhetnek tovább.

A közös kongresszusra 1972. május 17–18-án került sor Prágában, Gustáv Husák jelenlétében. A kongresszusnak a VI. sorszámot adták, ezzel az újságírók 1968. évi VI. (!), rendkívüli kongresszusát is „hatályon kívül helyezték”. A több hónapos előkészületek, a szerkesztőségi, kerületi, majd nemzeti szinteken megtartott gyűlések után a kongresszustól nem lehetett sok újat várni – de a MÚOSZ újjáalakuló közgyűlésén ugyanígy a legmagasabb szinten döntöttek a vezető testületek összetételéről, a felszólalásokról, sőt a kívánatos sajtóviszhangról is. A felszólalók hosszasan taglalták az 1968–1969-es hibákat, valamint hitet tettek a CSKP vezetése mellett.

A sajtókonzolidáció mérlege számokban így nézett ki: a mintegy 4900 csehszlovák újságíró közül a pártból való kizárás, igazolványmegvonás, a nyilvántartásból való törlés stb. útján 1900-an váltak meg a szakmától 1968 és 1972 között. Ezek közül 180 fő távozott Nyugatra. A szlovák újságíró-szövetség esetében 1348 tagból 980 maradt meg a rendteremtés után, igaz, a kongresszus idején az új tagokkal 1100-ra nőtt a számuk. Szövetségi szinten ez majdnem 40 százalékos veszteséget jelent, míg a szlovák oldalon nem érte el a 30 százalékot (27,3). A cseh újságírók „megfegyvelése” tehát jóval nagyobb áldozatokkal járt, és a számok is alátámasztják, hogy a cseh országrészben volt nagyobb az újságírók ellenállása a konzolidációval szemben. Csak összehasonlításként: az 1956 utáni magyar tagrevízió során a hat igazolóbizottsággal folytatott személyes „elbeszélgetések”, a szerkesztőségi vélemények alapján 183, a kiküldött kérdőívek alapján mintegy 800 további újságíró „vált meg” a szakmától. Az utóbbiak között voltak úgynevezett disszidensek, letartóztatásban lévők, igazolásukat eleve reménytelennek ítéelő és egyéb pályaelhagyók is.<sup>55</sup> Azaz Magyarországon a tisztogatások mértéke valamivel a szlovák szint felett volt, de jóval elmaradt a csehtől.

## Irodalom

Balogh László (1997): Csehszlovákia. In: Diószegi István & Harsányi Iván & Németh István (szerk.): *20. századi egyetemes történet, II. 1945–1995. Európa*. Budapest: Korona.

Berkes Tamás (2007): Az ötvenhatos cseh passzivitás okai és értelmezése. *Múltunk*, 4. sz.

Csáky Pál (1991): Megtorlások 1968 után a Csehszlovákiában élő magyarok körében. *Regio*, 1. sz.

Cseh Gergő Bendegúz & Kalmár Melinda & Pór Edit, szerk. (1999): *Zárt, bizalmas, számozott. I. Tájékoztatáspolitikai és cenzúra, 1956–1963. (Dokumentumok.)* Budapest: Osiris.

Huszár Tibor (1998): *1968: Prága, Budapest, Moszkva: Kádár János és a csehszlovákiai intervenció*. Budapest: Szabad Tér.

Kelen Béla (1987): Murányi Gábor interjúja Kelen Bélával 1987-ben. 1956-os Intézet Oral History Archívuma, 101. sz.

Kovács László, G. (1993): Szlovák „nemzeti emancipáció”, 1968. *História*, 9–10. sz.

Popély Árpád (2008): A csehszlovák kisebbségpolitika, a magyar közösség újjászerveződése: a Csemadok szerepvállalása: az 1968–1969-es reformfolyamat és a Husák-korszak. In: Bárdi Nándor & Fedinec Csilla & Szarka László (szerk.): *Kisebbségi magyar közösségek a 20. században*. Budapest: Gondolat.

Williams, Kieran (1997): *The Prague spring and its aftermath: Czechoslovak politics, 1968–1970*. Cambridge: Cambridge University Press.

## Lábjegyzetek

- 1 Siklósi Norbert jelentése a magyar újságíró-küldöttség csehszlovákiai látogatásáról. Magyar Országos Levéltár (MOL) XIX-A-24b 17. d.
- 2 Naményi Géza feljegyzései csehszlovákiai tanulmányútjáról. MOL XIX-A-24b 46. d.
- 3 Klement Gottwald 1948 és 1953 között köztársasági elnökként a sztálini típusú diktatúra kiépítője és irányítója volt Csehszlovákiában.
- 4 Uo.
- 5 A prágai nagykövet jelentése a csehszlovák sajtótörvényről. MOL XIX-A-24b 32. d.
- 6 Kivonatós közlés a CSSZSZK sajtótörvényéről. MOL MK-S 288. f. 1967. cs. 15. ő. e.
- 7

- 8 A prágai nagykövetség 1967. október 24-ei jelentése. MOL XIX-A-24b 35. d.
- 9 A prágai nagykövetség 1968. január 31-ei jelentése. MOL XIX-A-24b 36. d.
- 10 Feljegyzés a csehszlovák Kulturális és Tájékoztatási Minisztérium küldöttségének magyarországi látogatásáról. MOL XIX-A-24b 36. d.
- 11 Erdélyi Károly külügyminiszter-helyettes feljegyzése a csehszlovák kulturális és tájékoztatási küldöttség programjával kapcsolatban. MOL XIX-A-24b 36. d.
- 12 Magyarországon nincs cenzúra. Jaroslav Diblík cikke a *Novinar* 1968. májusi számában. Magyar fordítás. XIX-A-24b 35. d.
- 13 A Tájékoztatási Hivatal helyzetének, hatáskörének, rendezésének iratai. MOL XIX-A-24b 40. d.
- 14 A prágai nagykövetség 1968. január 31-ei jelentése. MOL XIX-A-24b 36. d.
- 15 Siklósi Norbert feljegyzése a csehszlovák Kulturális és Tájékoztatási Minisztériumban tett látogatásáról. MOL XIX-A-24b 36. d.
- 16 Feljegyzés Siklósi Norbertnek a csehszlovák Kulturális és Tájékoztatási Minisztériumban tett második látogatásáról. MOL XIX-A-24b 36. d.
- 17 1968. augusztus 25-én írták alá a Moszkvába szállított csehszlovák politikusok az egyezményt, amelyben lemondtak a korábbi reformprogram számos eleméről, és egyetértésüket fejezték ki a Varsói Szerződés tagállamai hadseregeinek jelenlétével.
- 18 Feljegyzés a csehszlovák tájékoztatási delegáció magyarországi programjáról. MOL XIX-A-24b 39. d.
- 19 A prágai magyar nagykövetség 1968. október 23-ai jelentése a csehszlovák tájékoztatásról. MOL XIX-A-24b 39. d.
- 20 Pataki Miklós feljegyzése Naményi Géza részére. MOL XIX-A-24b 39. d.
- 21 Az STB tagja volt a cseh és a szlovák STH vezetője, a CTK, a tv és a rádió két-két vezetője, illetve a cseh és a szlovák népfrontszervezet négy képviselője.
- 22 A prágai magyar nagykövetség 1969. február 26-ai jelentése a Jozef Vohnouttal folytatott találkozóáról. MOL XIX-A-24b 40. d.
- 23 A prágai magyar nagykövetség 1969. május 10-ei jelentése a csehszlovák televízió, rádió és sajtó változásairól. MOL XIX-A-24b 42. d.
- 24 Lindner László feljegyzése a csehszlovák tájékoztatási küldöttség május 22–24. közötti magyarországi látogatásáról. MOL XIX-A-24b 42. d.
- 25 A prágai magyar nagykövetség 1969. május 10-ei jelentése a csehszlovák televízió, rádió és sajtó változásairól. MOL XIX-A-24b 42. d.
- 26 A prágai nagykövet 1969. június 10-ei összefoglalója a Jan Majer csehszlovák belügyi államtitkárral való beszélgetéséről. MOL XIX-A-24b 42. d.
- 27 A prágai nagykövetség 1969. június 27-ei jelentése az országos újságíró-aktíváról és a tájékoztatási eszközök munkájáról. MOL XIX-A-24b 45. d.
- 28 A prágai nagykövet 1969. június 10-ei összefoglalója a Jan Majer csehszlovák belügyi államtitkárral való beszélgetéséről. MOL XIX-A-24b 42. d.
- 29 A prágai nagykövetség 1969. június 27-ei jelentése az országos újságíró-aktíváról és a tájékoztatási eszközök munkájáról. MOL XIX-A-24b 45. d.
- 30 A prágai nagykövetség 1969. szeptember 10-ei jelentése a Csehszlovák Újságírók Szövetsége helyzetének alakulásáról. MOL XIX-A-24b 45. d.
- 31 A prágai nagykövetség 1971. október 6-ai jelentése a cseh sajtó helyzetéről. MOL XIX-A-24b 51. d.
- 32 A prágai nagykövetség 1969. december 5-ei jelentése a tájékoztatási eszközök területének kérdéseiről. MOL XIX-A-24b 45. d.
- 33 A prágai nagykövetség 1970. június 3-ai jelentése a Cseh Újságíró Szövetség helyzetéről. MOL XIX-A-24b 44. d.

- 34 A prágai nagykövetség 1970. november 3-ai jelentése a Cseh Újságíró Szövetség helyzetéről. MOL XIX-A-24b 44. d.
- 35 A prágai nagykövetség 1970. június 3-ai jelentése a csehszlovák tájékoztatási területet érintő kérdésekről. MOL XIX-A-24b 44. d.
- 36 A pozsonyi főkonzulátus 1970. március 18-ai jelentése a szlovákiai tömegtájékoztatási eszközök helyzetéről. MOL XIX-A-24b 45. d.
- 37 A prágai nagykövetség 1970. június 3-ai jelentése a csehszlovák tájékoztatási területet érintő kérdésekről. MOL XIX-A-24b 44. d.
- 38 A prágai nagykövetség 1970. január 14-ei jelentése a csehszlovák sajtó helyzetéről. MOL XIX-A-24b 44. d.
- 39 A cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatal 1970. december 30-ai jelentése a központi és megyei sajtó struktúrájáról. MOL XIX-A-24b 53. d.; A cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatal 1970. december 11-ei jelentése a tömegtájékoztatási eszközök helyzetéről. MOL XIX-A-24b 53. d.
- 40 A pozsonyi főkonzulátus 1970. szeptember 25-ei jelentése a szlovák sajtó változásairól. MOL XIX-A-24b 44. d.
- 41 A prágai nagykövetség 1969. szeptember 5-i jelentése a szövetségi Sajtó- és Tájékoztatási Bizottság helyzetéről és tevékenységéről. MOL XIX-A-24b 45. d.
- 42 A prágai nagykövetség 1970. október 12-i jelentése a csehszlovák tájékoztatási eszközök irányításának helyzetéről. MOL XIX-A-24b 44. d.
- 43 Várkonyi Péter 1971. decemberi feljegyzése csehszlovákiai útjáról. MOL XIX-A-24b 57. d.
- 44 A prágai nagykövetség 1971. november 5-ei jelentése a Csehszlovák Rádió helyzetéről. MOL XIX-A-24b 51. d.
- 45 A prágai nagykövet 1972. január 14-ei jelentése a tömegtájékoztatási szervek párt- és állami irányításának aktuális problémáiról. MOL XIX-A-24b 62. d.
- 46 Várkonyi Péter feljegyzése Vlastimil Neubauer 1971. januári budapesti látogatásáról. MOL XIX-A-24b 53. d.
- 47 A pozsonyi főkonzulátus 1973. január 26-ai jelentése a tömegkommunikációs eszközök területének néhány szervezeti és személyi változásáról. MOL XIX-A-24b 68. d.
- 48 A cseh Sajtó- és Tájékoztatási Hivatal 1970. december 11-ei jelentése a tömegtájékoztatási eszközök helyzetéről. MOL XIX-A-24b 53. d.
- 49 Lindner László 1969. május 5-ei levele Bányász Rezső részére a csehszlovák lapok importjával kapcsolatban. MOL XIX-A-24b 40. d.
- 50 A Tájékoztatási Hivatal feljegyzése a magyar-csehszlovák tájékoztatási kapcsolatokról. MOL XIX-A-24b 46. d.
- 51 A pozsonyi főkonzulátus 1972. szeptember 23-ai jelentése Daniel Okali Prácában megjelent magyarellenes cikkéről. MOL XIX-A-24b 62. d.; A pozsonyi főkonzulátus 1972. október 6-ai jelentése Okali szeptemberi cikkének visszhangjáról. MOL XIX-A-24b 62. d. (A szlovák-magyar viszonyról lásd még: Csáky, 1991: 144-161; Popély, 2008: 262-267.)
- 52 Bányász Rezső levele Várkonyi Péter részére Vlastimil Neubauer magyarországi látogatásáról. MOL XIX-A-24b 53. d.
- 53 Feljegyzés Vlastimil Neubauer 1971. januári budapesti látogatásáról. MOL XIX-A-24b 53. d. Hozzá kell tenni, hogy az NDK-ban és Lengyelországban nem létezett olyan kiemelt intézmény az állami sajtóirányításban, mint nálunk. A lengyeleknél nem is volt ilyen szerv, ám formálódóban volt egy kormányzóvivői hivatal, illetve működött egy cenzúrahivatal. Az NDK-ban a kormány melletti sajtóhivatal jóval szűkebb hatáskörrel dolgozott (feladata a sajtóigazgatás és a pártirányítás pártönkívüli sajtónak való közvetítése volt).
- 54 Bányász Rezső 1971. május 6-ai feljegyzése a külügyminisztériumi sajtófőosztályok megállapodásáról. MOL XIX-A-24b 55. d.
- 55 A Külügyminisztérium Sajtófőosztályának jelentése az Agitációs és Propaganda Bizottság részére az újságírók külföldi utazásairól. MOL XIX-A-24b 60. d.
- 56 Siklósi Norbert jelentése a MÚOSZ újjászervező bizottságainak munkájáról. Közli: Cseh és mások, 1999: 309-311.

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](#)

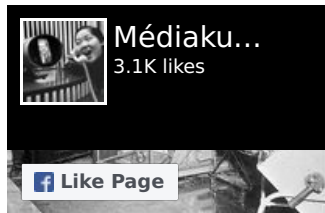
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2008 tél

### Új média

[Herendy Csilla:](#)

# Weboldalfejlesztés: hagyományos és innovatív módszerek

A weboldalak tesztelése a fejlesztés korai szakaszában jóval költséghatékonyabb, mint a későbbi, negatív visszajelzések kapcsán történő alakítgatásuk, újratervezésük. Kérdés azonban, hogy a weboldalak készítésekor pontosan mikor és milyen módszerekkel érdemes tesztelni azokat. Az alábbi írásban mindenekelőtt áttekintést nyújtok a weboldalak tervezésének egy lehetséges és ideálisnak mondható folyamatáról, majd bemutatom, hogy hol, milyen fázisokban alkalmazhatók a különböző hagyományos, illetve innovatív tesztelési módszerek. Az utóbbiak közül részletesen foglalkozom a tekintetkövetéses és az online fókuszcsoporthoz vizsgálat: egyrészt ezek elméleti alapjaival, másrészt gyakorlati alkalmazhatóságukkal, amelyet magam is kipróbáltam<sup>1</sup> a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) oldal tesztelése során.<sup>2</sup>

## 1. Test early, test often!

„Test early, test often!” – javasolja Jacob Nielsen (1994), amikor a weboldalak felhasználóbarát kialakításáról beszél. A korai és gyakori tesztelés ugyanis megtérül: egyes adatok szerint a tervezettnél tízszer drágább a fejlesztési szakaszban nem tesztelt weboldalak létrehozása, és százszor drágább azoknak a hibáknak a kijavítása, amelyekre a weboldal publikálása, elindítása után derül csak fény.

A potenciális felhasználók tesztelhetik a kérdéses weboldal használhatóságát (*usability*), és értékes visszajelzésekkel járulhatnak hozzá a felhasználóbarát dizájn kialakításához. (A felhasználóbarát dizájn természetesen a használhatóság részének tekinthető.) A felhasználók bevonása a tervezés és fejlesztés fázisába lerövidíti a fejlesztési időt, minimalizálja a későbbiekben előforduló karbantartási költségeket, ráadásul garanciát nyújt felhasználóbarát oldalak létrehozására.<sup>3</sup>

Azzal kapcsolatban, hogy hány fő részvétele szükséges a lehető legtöbb *usability* probléma feltárásához, megoszlanak a vélemények. Jacob Nielsen szerint öt résztvevő már észreveszi a weboldal használhatóságával kapcsolatos problémák 85 százalékát. Álláspontja szerint az az elégséges és egyben ideális megoldás, ha egy-egy weboldal vizsgálatok maximum öt résztvevő minél több tesztet végez el (Nielsen, 2000). Laura Faulkner (University of Texas, Austin) viszont amellet érvel, hogy a résztvevők számának növelése előnyökkel jár, és lényegesen pontosabbá teszi az eredményeket (Faulkner, 2003). Ő úgy gondolja, hogy a 15 fő tekinthető ideális létszámú csoportnak. A 15 fős minta természetesen még nem jelenti azt, hogy a kapott eredmény reprezentatív. Mindenesetre egy 5–15 fős csoport segítségével a használhatósági nehézségek nagy része már biztonsággal kiszűrhető.

## 2. Weboldal készítésének folyamata, tesztelési lehetőségek

A weboldalak készítésének folyamatát a következő alapvető szakaszokra szokás bontani: tervezés, elemzés, fejlesztés, valamint optimalizálás. A továbbiakban megvizsgálom egy ilyen, további részfeladatokra osztott (lehetséges) folyamatot. Ez az említett tervezés, elemzés, fejlesztés, optimalizálás modell egyfajta részletesebb változatának is tekinthető:

### Tervezés és elemzés

1. Célok átgondolása
2. Célcsoport meghatározása

### Fejlesztés

### 3. A fejlesztés megtervezése

### 4. A tartalom előkészítése, rendszerezése

- Card Sorting (lapcsoportosító) teszt
- Paper prototyping (papír alapú prototípus készítése)

### 5. Előzetes terv elkészítése

### 6. Tesztelés és értékelés

## Optimalizálás

### 7. Korrekciók

### 8. Végső simítások

- Egyéb, használhatósággal kapcsolatos tesztelési módszerek

### 9. Optimalizálás, feltöltés

A megfelelő helyeken utalni fogok az adott szakaszokban alkalmazható hagyományos és innovatív tesztelési módszerekre, a teljesség igénye nélkül. A tervezési folyamat átlátása és az alkalmazható tesztelési módszerek ismerete nemcsak akkor lehet hasznos, amikor a „semmiből” kell létrehozni egy teljesen új weboldalt, hanem egy már meglévő weboldal újratervezése esetében is, amely – szerencsés esetben – a felhasználói visszajelzések tükrében történik.<sup>4</sup>

#### 1. ábra. A website-fejlesztés folyamata



## 2.1. A célok átgondolása

Amikor egy korábban már meglévő oldal átdolgozásáról vagy egy teljesen új weboldal létrehozásáról beszélünk, kezdő lépésként az oldallal kapcsolatos céljainkat, elvárásainkat kell átgondolnunk, valamint azt, hogy az oldal fejlesztésének/létrehozásának pontosan mi a célja. Segítségünkre lehet az olyan kérdések számbavétele, mint például:

- Miért van szükség az adott oldalra?
- Mi a célunk az oldallal? Kommunikálni szeretnénk más szervezettel? Esetleg a lehetséges vagy már meglévő vásárlóinkkal? Vagy egyszerűen csak szeretnénk jelen lenni az online világban is?
- Pontosan mi indokolja az oldal létrehozását?
- Kikkel kívánunk az oldal segítségével kommunikálni?
- Melyek az oldallal kapcsolatos rövid, közép- és hosszú távú céljaink?

Ebben a szakaszban ajánlatos végiggondolnunk az oldal teljes tervezési- elkészítési folyamatát, és árajánlatot kérni a fejlesztőktől, kivitelezőktől.

## 2.2. A célcsoport meghatározása

A célok tisztázása után érdemes átgondolni, hogy milyen látogatókra (célcsoportra) számíthatunk. A következő kérdések közelebb vihetnek a célcsoport beazonosításához:

- Kiket érdekelhetnek a weboldalunkon található információk?
- Várhatóan milyen céllal érkeznek a látogatók az oldalra (vásárolni, információt gyűjteni, tájékozódni)?
- Mire lesznek kíváncsiak a látogatóink?
- Milyen műveletet szeretnének az oldal segítségével végrehajtani?
- Milyen a látogatók várható összetétele (versenytársak, média, vásárlók)?
- Várhatóan milyen demográfiai adatokkal jellemezhetők?
- Milyen az internetes kapcsolatuk (széles sáv/modem stb.)?
- Feltételezhetően milyen oldalakat ismerhetnek jól és használnak gyakran?

A kérdések megválaszolása segít a célcsoportunk igényeinek megfelelő weboldal megtervezésében, fejlesztésében és kivitelezésében. A látogatók összetételére és igényeire tekintettel lévő, érdekes, minőségi tartalmakat nyújtó és gyakran frissített weboldalakon a felhasználók több időt töltenek és gyakrabban térnek rájuk vissza.

A célcsoport feltérképezésében, megismerésében segíthet az is, ha nemcsak gondolkodunk a célcsoport igényeiről, hanem – kisebb (online) fókuszcsoportos beszélgetés keretében – meg is kérdezzük őket szükségleteikről, a tervezett oldallal kapcsolatos elvárásairól és céljaikról, arról, hogy az adott témával kapcsolatban milyen információik vannak, valamint internethasználati szokásaikról. Már ebben a szakaszban elkezdhetjük az oldalra tervezett információk csoportosítását, amely szerencsés, ha tekintetbe veszi a célcsoport tagjainak véleményét. Valószínű ugyanis, hogy ha az oldalon található információkat a célcsoport logikája szerint rendezzük a menüpontok alá, a látogatók könnyebben el tudnak majd igazodni az adott oldalon.



Végezetül a tervezési szakaszban érdemes megállapodnunk a kivitelező csapattal, egyeztetni velük az oldal fejlesztésének menetét, a tervezett célcsoporttal kapcsolatos ismereteket (a célcsoport tagjainak szükségleteit, navigációs és keresési szokásait), a majdani oldal grafikai világát. Amennyiben egy már létező oldal újratervezéséről van szó, felül kell vizsgálnunk az aktuálisan működő oldalt, azt, hogy minden tekintetben megfeleljen a felhasználók szükségleteinek. A cél az, hogy az újonnan készített oldal ne csak „új”, hanem a látogatók igényeinek még inkább megfelelő legyen.

### 2.3. A fejlesztés megtervezése

A weboldalak készítése során a teljes fejlesztési folyamatot érdemes előre megtervezni, mégpedig fejlesztési tervek formájában. A fejlesztési terveknek tartalmazniuk kell a részletes feladatlistát, a felelősöket, azokat a prioritásokat, amelyekre a fejlesztés során tekintettel kell lennünk, az ütemezést, az egyes feladatok elvégzési határidejét, azt, hogy mit mikorra kell időzítenünk, a „mérőföldkövek”-et, valamint a költségkeretet (*budget*). Ebben a szakaszban érdemes áttekintenünk és elemeznünk versenytársaink weboldalait, átgondolnunk a várható látogatói forgalmat, és eldöntenünk, hogy az oldal hatékonyságának mérésére milyen eszközt, módszert fogunk felhasználni. Hasznos, ha a versenytársak weboldalainak elemzése során a vizuális világ elemzése mellett kitérünk az oldal tartalmi és ergonómiai felépítésére is.

### 2.4. A tartalom előkészítése, rendszerezése

A célok és a tervezett célcsoport átgondolása után a weboldal fejlesztésének következő lépése az oldal majdani tartalmának összeállítása és annak strukturálása, azaz témák szerinti rendezése. (Ez már nemcsak tervezés, hanem valódi fejlesztés is egyben.) A tartalom csoportosítása már a majdani navigációt tükrözi. Elképzelésünk – vagyis a tulajdonos, a kommunikátor, illetve a fejlesztő elképzelése – és a majdani látogatók elképzelése azonban nem feltétlenül esik egybe a tartalom leglogikusabb csoportosítását illetően, ezért fontos, hogy megismerjük a potenciális felhasználók szempontjait is, azt, hogy számukra mi tűnik a tartalom legésszerűbb elrendezési módjának.

#### 2.4.1. A Card Sorting (lapcsoportosító) teszt

A fent említett célokat jól szolgálja az úgynevezett *Card Sorting* teszt, amelynek fókuszcsoportos beszélgetés ad keretet (Damjanovich, 2008). A moderátor arra kéri a résztvevőket, hogy a weboldal – tervezett – tartalmát a számukra érthető módon rendszerezzék, csoportosítsák. Az egyes csoportokat el- és átnevezhetik. A lapcsoportosítás módszerének segítségével megismerhető a felhasználóknak az oldal tartalmáról kialakuló véleménye, valamint az is, hogy a felhasználók miként rendszereznék a weboldalra tervezett információkat.

Kétféle csoportosítási módszer létezik. *Nyílt csoportosítás* esetén a felhasználók maguk csoportosítják a tartalmat, alakítják ki és nevezik el a csoportokat. *Zárt csoportosítás* esetén a fókuszcsoport tagjai előre meghatározott kategóriákba rendezik a tartalmi elemeket. Damjanovich Nebojsa ajánlása szerint érdemes előbb a nyílt, aztán a zárt csoportosítást alkalmazni, a következőképpen:

„A zárt csoportosítás jól használható a nyílt csoportosítás elvégzése után. A nyílt csoportosítás kivitelezésével először elkezdhetjük azonosítani a kategóriákat. A zárt csoportosítás segítségével megtudhatjuk, hogyan működnek a kategóriák elnevezései” (Damjanovich, 2008).

A módszer előnye, hogy segít a weboldal struktúrájának kialakításában, felépítésében, valamint a tartalom elrendezésében és az egyes kategóriák elnevezésében. Mivel a tartalmat maguk a felhasználók (fókuszcsoport) alakítják ki, várhatóan a majdani oldal elrendezése is logikus lesz számukra.

A tervezett tartalom felosztásánál (azaz a majdani menüszerkezet kialakításánál) figyelembe szokás venni a 7+/-2 szabályt (a rövid távú memória kapacitási korlátját), és ennek megfelelően 5-7, de legfeljebb 9 menüpontot kialakítani. Azért érdemes erre figyelmet fordítanunk, mert ahogyan növeljük az aloldalak számát (7-9 felett), úgy nehezítjük meg látogatóinknak az oldalon való tájékozódást. A tartalom megtervezése során felmerülhet annak a kérdése is, hogy a weboldalról elérhetőek lesznek-e az oldalhoz kapcsolódó microsite-ok,<sup>5</sup> valamint hogy a keresők majdan hogyan és milyen kulcsszavak segítségével fogják az oldalt megtalálni. Ezeket a kulcsszavakat – legalább tízet – ajánlott már a fejlesztés szakaszában összeírni és rangsorolni.

Ezt az összeírást tanácsos a konkurens honlapok esetében is elvégeznünk. Az oldal fejlesztésének kulcsfontosságú pontja annak átgondolása, hogy az elkészült oldal mitől lesz majd keresőbarát, milyen web2.0-s és web3.0-s<sup>6</sup> alkalmazásokat fog tartalmazni, milyen visszajelzési lehetőségeik lesznek a látogatóknak, azaz lesz-e fórum vagy vendégkönyv.

#### 2.4.2. Paper prototyping (papír alapú prototípus készítése, tesztelése)

Az egyik leginkább költségkímélő tesztelési megoldás a papír alapú prototípus készítése:

„...a usabilitytesztek egyik formája az, amelyben egy tipikus felhasználó gyakorlati feladatokat hajt végre a felhasználói felület papírformája segítségével. A papírlapokat moderátor kezeli, »számítógépet játszva«. A kísérleti személy a teszt során feladatokat hajt végre a papírprototípus [lásd a 2. ábrát – H. Cs.] segítségével, de nem tudja, hogy a tervezett oldalnak valójában hogyan is kellene működnie” (Snyder, 2003: 11).

A módszer előnye, hogy lehetővé teszi a weboldalak legelső, papíron elkészült terveivel kapcsolatban adott visszajelzést.

## 2. ábra. Papír alapú prototípus, példa



(Forrás: Carolyn Snyder: *Prototyping: The Fast and Easy Way to Design and Refine User Interfaces*, 4. o.)

A *paper prototyping*hoz szükséges néhány felhasználó, akik együttesen kellőképpen (de nem szükségszerűen) reprezentálja a célcsoportot, egy tesztvezető, egy „számítógép”, azaz számítógépet játszó segítő, valamint egy megfigyelő, aki folyamatosan jegyzeteket készít arról, hogy a felhasználók milyen „feladatokat” oldottak meg egyszerűen, és mikor zavarodtak bele a weboldal felépítésébe. A „számítógép” nem magyarázza el a felület működési logikáját, hiszen a számítógépek nem beszélnek. Azt, hogy az egyes feladatokat pontosan hogyan lehet megoldani, a felhasználó dolga kideríteni. A számítógép kattintásra, azaz érintésre reagál. Az, ahogyan a kísérleti személy a lapokat mozgató-kezelő személy segítségével navigál az egyes aloldalak között, azonnali visszajelzést ad a dizájn és az oldal felépítésével kapcsolatos hibákról. További előnye ennek a módszernek, hogy a felhasználók – mivel papíron, ceruzával vagy tollal megrajzolva látják a terveket – az alapvető navigációs problémákat is jelzik. Ezt kisebb eséllyel teszik meg akkor, amikor részletesen kidolgozott grafikákkal kapcsolatban kérjük a véleményüket. A papíron készült tervek a tesztelés során azonnal módosíthatók a felhasználók visszajelzései alapján.

## 2.5. Előzetes terv elkészítése

A fentiek átgondolása, rendszerezése és célravezető, rövid megfogalmazása (*brief*) után szokás elkészíteni az előzetes grafikai terveket. Igyekezzünk a kivitelező csapattól legalább háromféle, vizuális világában teljesen különböző tervet bekérni.

## 2.6. Tesztelés és értékelés

Az elkészült grafikai tervek birtokában megkezdődhet a vizuális felület tesztelése. Az előzőekben már bemutatott papír alapú prototípus tesztelése mellett hasznosnak bizonyulhatnak azok a későbbiekben részletesen tárgyalt, innovatív, egymást akár kiegészítő módszerek, amelyekre jelen írás fókuszál: a tekintetkövetéses vizsgálat (*eye-tracking*) és az online fókuszcsoporthoz tartozó kutatás. (Az itt említett *card-sortingon*, a *paper prototypingon*, az online fókuszcsoporthoz tartozó kutatáson és az *eye-tracking* vizsgálaton kívül természetesen számos más eljárás is van a weboldalak tesztelésére.)

Míg az online vagy hagyományos fókuszcsoporthoz tartozó kutatás segítségével feltárhatók az adott grafikai tervekkel kapcsolatos attitűdök, vélemények, addig a tekintetkövetéses vizsgálat segítségével a vizuális felület hatékonyságát tesztelhetjük. Feltérképezhetjük, hogy a felhasználók (a tesztelés során a fókuszcsoport tagjai) mennyire tartják ésszerűnek az oldal navigációját, és egyértelmű-e számukra az egyes menüpontok elhelyezése, összhangban áll-e korábban szerzett webes felhasználói tapasztalatukkal. A különböző tesztek elvégzése során fontos visszajelzés lehet számunkra, ha a fókuszcsoport tagjai egy-egy menüpont elhelyezését nem tartják egyértelműnek. Az online felületeken tájékozódva ugyanis a felhasználók megtanulják, hogy az egyes funkciókat jellemzően az oldal egy meghatározott területén találják meg (így a „keresés” funkciót jobb oldalon felül vagy a dátumot bal oldalon, a lap tetején), így elsősorban ott is keresik őket. Ha nem találják meg ott, ahol keresik, akkor feszültek lesznek.

Arra is érdemes figyelni, hogy a tájékozódás megkönnyítése érdekében a weboldalunk minden egyes aloldalának beazonosíthatónak kell lennie a weben található oldalak halmazában. Azaz minden egyes aloldalt nézve egyértelműnek kell lennie a felhasználó számára, hogy a mi oldalunkon tartózkodik. A felhasználók tájékozódását segíti elő, ha az egyes aloldalakon a fő navigációs menü helye nem változik, az oldal felépítése és a navigáció grafikája pedig minden aloldalon azonos.

A tájékozódással kapcsolatos jelenség hátterében az áll, hogy a webet – tudatosan vagy önkéntelenül – úgy észleljük, mint egy teret, amelyben a tájékozódás a következő kérdések szerint történik: Hol vagyok most? Hova jutok innen? Hogyan fogok odajutni? Hogyan tudok visszatérni oda, ahol előzőleg jártam? A „Hol vagyok most?” kérdésre két különböző szinten várunk választ: „Hol vagyok a web egészéhez képest?”, valamint „Hol vagyok az adott lap szerkezetéhez képest?” (Fleming, 1998). Éppen ezért akkor tud egy felhasználó oldottan és magabiztosan mozogni – például híreket olvasni, vásárolni vagy utazást rendelni – egy weboldalon, ha mindig egyértelmű számára, hogy a weboldal egészéhez képest hol tartózkodik.

## 2.7. Korrekciók

A tesztelések során szerzett tapasztalatok alapján korrigálható a dizájn, a navigáció logikája és a tartalom menüpontok szerinti elrendezése is.

## 2.8. Végző simítások

A véglegesített grafikai tervek alapján, a navigációs rendszer pontos kidolgozása után a kivitelezőknek pontos megbízást adhatunk az oldal kivitelezésére, amelyet a tartalomfeltöltés, a tartalom metainformációkkal való ellátása követ.

## 2.8.1. További tesztelési lehetőségek

Az oldal publikálása előtt további vizsgálatok keretében bizonyosodhatunk meg afelől, hogy az elkészült oldalak megfelelnek-e a felhasználók igényeinek. Az egyik legkedveltebb tesztelési eljárás során feladatokat adunk a felhasználóknak, akik a képernyő előtt ülve megpróbálják végrehajtani azokat. Megkérhetjük például őket arra, hogy keressenek meg a weboldalunkon egy-egy konkrét információt, adatot, dokumentumot. A feladat végrehajtása során megfigyelhetjük őket, például azt, hogy mikor, merre és hogyan közlekednek az oldalon, mit és merre keresnek, milyen visszajelzéseket adnak a navigációval és az oldal tartalmával kapcsolatban.

A felhasználók által végrehajtott műveleteket többféleképpen dokumentálhatjuk. Megkérhetjük a vizsgálat alanyait, hogy hangosan gondolkodjanak, és miközben ezt teszik, hang- vagy videofelvételt készítünk róluk. Interjúkat készíthetünk velük, így megoszthatják velünk tapasztalataikat, véleményüket a kérdéses weboldalakkal kapcsolatban. Az interjúhoz képest egyszerre több, a célcsoportot reprezentáló felhasználó véleményét, attitűdjét is megismerhetjük fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés keretében, amelyet bonyolíthatunk hagyományos, azaz személyes jelenlétben alapuló vagy online formában. Weboldalak tesztelésekor szerencsésebbnek tűnik az online változat alkalmazása, mivel így a beszélgetés és az adott oldalak megtekintése párhuzamosan történhet. Különböző számítógépes programokkal rögzíthetjük a weboldalon történő navigáció folyamatát, tekintetkövetéses vizsgálattal pedig megismerhetjük, hogy a felhasználók weboldalunk felületét hogyan nézik meg.

Az alkalmazott módszertől függően a teszt tanulságait tartalmazó elemzések is többfélék lehetnek. Szerepelhet bennük a feladatok megoldásának ideje, a meglátogatott oldalak száma, a hibás keresések száma, az elégedettségi ráta, mindazok a problémák, amelyekkel a résztvevők a feladatmegoldás során találkozottak, valamint a véleményük és az értékelésük. A tesztelés eredményeit, tanulságait figyelembe véve érdemes az oldal felépítését és vizuális megjelenését véglegesíteni.

## 2.9. Optimalizálás, feltöltés

A tartalom elkészítése és feltöltése, a weboldal linkkapcsolatokkal való ellátása során célszerű figyelemmel lennünk arra is, hogy az elkészült oldal keresőbarát legyen, azaz a keresők (Google, Yahoo, MSN, ok.hu stb.) megtalálják, és lehetőleg az első találatok között jelenítsék meg. Különösen fontos tekintetbe venni a találati rangsort, hiszen a weben való információszerzés sokak számára a keresők használata köré csoportosul. Ennélfogva elmondható, hogy az az oldal, amelyik nem található meg a legnagyobb keresők valamelyikével, az aktuális keresést végző felhasználók számára gyakorlatilag nem is létezik.

Az utolsó simítások (például a linkkapcsolatok, a tartalom ellenőrzése, aktualizálása) elvégzése után megtörténhet a weboldal feltöltése az általunk használt domainnév alá, ezzel az oldalunk mindenki számára elérhetővé válik. Az oldallal kapcsolatos feladataink azonban – beleértve a használhatósági tesztek is – itt még korántsem érnek véget. Célszerű weboldalunk tartalmát rendszeresen aktualizálni, valamint időről időre szükség van a felhasználói visszajelzések begyűjtésére, rendszerezésére és elemzésére, a keresőben való „megtalálhatóság” figyelésére, és mindezek tükrében oldalunk kisebb-nagyobb átalakítására, esetenként újratervezésére.

## 3. Tekintetkövetéses és online fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálat a magyarorszag.hu oldalon

A következőkben egy konkrét kutatási példa segítségével mutatom be a tekintetkövetéses vizsgálatot és az online kutatási módszereket, és szemléltetem gyakorlati működésüket. A kutatás 2007 májusában zajlott, és a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) internetes oldal főoldalát (lásd a 3. ábrát) vizsgálta.<sup>7</sup> A kiscsoportos pilotkutatás célja annak feltérképezése volt, hogy a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) oldal vizuális felépítése mennyiben felel meg az online felületeken kialakult szokásoknak (úgymond a felhasználói „általános észjárásnak”), a kutatás résztvevői az egyes menüpontokat mennyire könnyen vagy nehezen találják meg, mennyire érzik átláthatónak vagy bonyolultnak a site felépítését, és milyen érzelmi benyomásokat kelt bennük az oldal.<sup>8</sup>

3. ábra. [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) (2007. május 21. )



A kutatás egyben arra is fókuszált, hogy a résztvevők a weboldal grafikai világa alapján levonnak-e (és ha igen: milyen) következtetéseket az adott portál – a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) – alapján a portál mögött „álló” közigazgatási szervről, munkatársokról. Előzetes hipotézisem szerint a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) – összehasonlítva néhány irányadó külföldi kormányzati portállal<sup>9</sup> – színvilágát tekintve kissé szürke, és felépítésében indokolatlanul bonyolult. A weboldal hangulata pedig nagy valószínűséggel azt is meghatározza, hogy a látogatók hogyan vélekednek a hazai közigazgatásról, az alkalmazottakról, az ügyintézés egyszerűbb vagy bonyolultabb – feltételezett – voltáról.

A kutatás során a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) főoldalát a tekintet követésére alkalmas berendezéssel, az oldallal kapcsolatos hangulati és egyéb visszajelzéseket pedig online fókuszcsoporthoz tartozó kutatási módszerrel vizsgáltam. A tekintetkövetéses módszer – a felhasználók szemmozgását figyelve – segít feltérképezni, hogy a kérdéses oldal látogatójának tekintete az egyes vizuális felületeket „olvasva” milyen útvonalat jár be, figyelme mely területeken koncentrálódik.<sup>10</sup> Azt is segít feltárni, hogy a felhasználók az adott online felületen mennyire könnyen vagy nehezen találják meg bizonyos funkciókat, valamint hogy hol keresik elsőként az egyes menüpontokat. Ez utóbbi kérdés vizsgálata arra enged majd következtetni, hogy hová érdemes elhelyezni az egyes funkciókat.

A tekintetkövetéses vizsgálatot online fókuszcsoporthoz tartozó kutatás egészítette ki, amely során a felhasználók visszajelzéseire voltam kíváncsi azzal kapcsolatban, hogy a tekintetük irányának, mozgásának (szerintük) mi

lehetett az oka, mennyire találták egyszerűnek vagy bonyolultnak az oldalt, mennyire találták ésszerűnek az egyes menüpontok elrendezését. Az is érdekelt, hogy milyen benyomásuk alakult ki az oldalról, és pusztán a grafikai világ (a színek, a tipográfia, az elrendezés) alapján milyen további elképzelésük van például az ügyintézők munkastílusával vagy a munka gyorsaságával kapcsolatban. Az oldalhoz fűződő hangulati benyomásokra a hazai példa mellett az említett külföldi oldalak esetében is kíváncsi voltam.

A kutatás pilot jellegű projekt volt: a kérdésekre kapott válaszok mellett az is kérdéses volt, hogy egyáltalán alkalmasak-e ezek a módszerek az ilyen és ehhez hasonló problémák feltérképezésére. A tekintetkövetéses vizsgálati módszer egészen új eredményeket hozhat a felhasználók webes tájékozódásáról, az online kutatás – mint módszer – alkalmazása pedig kézenfekvőnek tűnik a webes felületekkel kapcsolatos attitűdök, vélemények vizsgálatakor.

### 3.1. Röviden a csoportokról

A pilotkutatást – részben a módszerek újdonsága miatt – mini fókuszcsoportokon végeztem el. A kutatás során kísérleti és kontrollcsoporttal dolgoztam. A tekintetkövetéses vizsgálat résztvevői (hat fő) alkották a kísérleti csoportot. Az online kutatásban a kísérleti csoport mellett egy hétfős kontrollcsoport is részt vett, tagjai a kísérleti csoport tagjaihoz hasonló végzettségűek és korúak voltak, azaz olyan budapesti és vidéki internetfelhasználók, akik potenciálisan kapcsolatba kerülhetnek a közigazgatási portálokkal és a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) oldallal. Összesen hat nő és hét férfi, öt vidéki és nyolc budapesti tagja volt a csoportoknak (a vidéki résztvevők közül ketten Budapesten dolgoznak). A 13 főből két főnek van középfokú végzettsége, a többiek (11 fő) felsőfokú végzettségűek. Átlagéletkoruk 30 év (29,92) volt a vizsgálat időpontjában. Érdeklődési területük szerteágazó, az IT-tól kezdve a kommunikáción át a kerámiáig, az újságírástól a kutyás sportokig terjedt. A csoportokból hárman PhD-hallgatók.

### 3.2. Az alkalmazott módszerek: tekintetkövetéses és online fókuszcsoportos kutatás

#### 3.2.1. Tekintetkövetéses vizsgálat, elméleti alapok<sup>11</sup>

A képi észlelés és az asszociáció az emberi elme legalapvetőbb információfeldolgozási módja. Egyes elméletek szerint a verbális információt is gyakran úgy dolgozzuk fel, hogy az információt előbb képekké alakítjuk, és az így létrejött képekkel végezzük el a műveleteket. A verbális információ „letapogatása” sem mindig egyszerű. Az európai kultúrákban ez balról jobbra, majd fölülről lefelé haladó sorrendben történik. Az olvasás nem teljesen folyamatos, gyakoriak az előreszaladások és a visszaváltások, a gyorsabb vagy a lassúbb tempó. Egyes szavaknál hosszabban elidőzünk, másokat – épp ellenkezőleg – hajlamosak vagyunk átugrani (ez az úgynevezett perceptuális elhárítás). Különösen összetett képet mutat észlelő viselkedésünk, amikor képek és szövegek keverednek egy adott felületen, ahogy az tipikus a magazinok (offline) vagy a weboldalak (online) esetében. A képeket és szövegeket tartalmazó felületeken az észlelési hangsúlyokat – vagyis hogy mi ragadja meg először a figyelmünket, merre halad a tekintetünk – nem tudatosan tesszük ki. Sok információt dolgozunk fel addigra, mire tudatosodna számunkra, hogy mire figyeltünk éppen oda. A tudatelőttes információnak bizonyíthatóan hatása van a viselkedésünkre, különösen például figyelmünk irányításában, attitűdünk alakulásában. Ennélfogva amikor megnézünk egy magazint, hirdetést vagy weboldalt, visszaemlékezve nem tudjuk pontosan rekonstruálni, hogy mikor, milyen vizuális és verbális információ (felület) keltette fel a figyelmünket és pontosan miért.<sup>12</sup>

A primer észlelési, figyelmi folyamatok és preferenciák vizsgálatához az úgynevezett nem beavatkozó mérési módszerek nyújthatnak segítséget. Ezek közé tartozik a tekintetkövetéses vizsgálati módszer is, amelyet a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) főoldalának vizsgálatakor alkalmaztam. A tekintet követésével a tudatos megfontolások által nem módosított, spontán érdeklődés ragadható meg: neurofiziológusok kimutatták, hogy hamarabb áll össze agyunkban a szemmozgató izmok vezérlésére irányuló döntés és parancs, mint hogy tudatosodna a konkrét tekintetváltásra vonatkozó szándék. Ezt nehéz elképzelnünk, mert úgy éljük át, hogy szándékosan tekintünk valahova, de ebben az elemi formában ez csupán illúzió, utólagos következtetés.

A kutatók analitikus szempontból különbséget tesznek a nézés és a látás folyamata között. A vizuális információ felvétele ugyanis nem passzív folyamat, azaz nem csupán a környezet hat ránk, hanem aktívan részt is veszünk a vizuális észlelési folyamatban. A tekintetkövetéses vizsgálatok segítségével a nézést – mint aktív módon létrehozott teljesítményt – nagy pontossággal lehet nyomon követni, vagyis ezen technológiák segítségével a vizuális észlelési magatartás megfigyelésére és elemzésére nyílik mód.

A vizuális információk felvétele során a szem többnyire nem egyenletesen, simán és szabályosan halad az adott felületen, hanem – épp ellenkezőleg – az információfelvétel során többféle szemmozgás is jelen van. Ezek közül – a jelen kutatás szempontjából – a két leginkább releváns szemmozgást a szakkádok és a fixációk jelentik. A vizuális információk felvétele során ez a két típusú mozgás folyamatosan váltogatja egymást: a viszonylag gyors és hirtelen ugrások – a szakkádikus szemmozgások – és a néhány tíz, esetleg száz milliszekundumos állapotok, a fixációk. (Bodor et al., é. n.).

A szakkádikus szemmozgás során a szem felváltva végez gyors és hirtelen, valamint lassúbb mozgásokat. A szakkádikus szemmozgás során gyakran nincs a mozgásnak célpontja, azaz viszonylag nagy a szórás. Egy szakkádikus mozgás során a látótér 15–20 százalékát látjuk át és a mozgás tipikusan 30–120 milliszekundum ideig tart. A mozgás célpontját gyakran az alacsonyabb élességű perifériális látás segítségével választjuk ki. A szakkádokat jellemzően fixációs szemmozgások követik. A fixációk relatíve stabil periódusok, amelyek során a látás célpontját képező objektumokat tekintjük meg. A fixáció során sem teljesen mozdulatlan azonban a szem, hanem kisebb (általában egyfokos) mozgásokat végez. A fixációk jellemzően 200–600 milliszekundum hosszúságúak. A

vizuális információk felvétele jelentős mértékben a fixációk során történik. A fixációkat folyamatosan kisebb-nagyobb szakkádikus szemmozgások szakítják meg, amelyek révén a vizuális felület újabb és újabb részletét fedezhetjük fel. Ezek az élesen látott részletek általában 1,5 négyzetcentiméternyi területek. A fixációk és a szakkádikus szemmozgások egymást folyamatosan váltogatják, így együttesen biztosítják a kép tulajdonságaitól, érdekességétől és a néző érdeklődésétől függően megvalósuló nézést (Jacob, 2003).

### 3.2.2. A tekintetkövetéses vizsgálatot elkészítő berendezés(ek)

Az első, szaruhártyáról visszaverődő fényen alapuló objektív szemmozgásmérésről 1901-ben készült feljegyzés (Robinson, 1968: 1032–1049). A vizsgálat pontosságának növelése érdekében, az 1950-es években, kontaktlencsét használó technikákat fejlesztettek ki. A kontaktlencsére eszközöket – kis tükröket vagy vezetékfurkokat – erősítettek. Ez az eszköz, valamint a szemgolyóval kialakított fizikai érintkezésre épülő mérőeszközök általában is nagyon érzékeny mérést tesznek lehetővé. Az ilyen megoldások nyilvánvaló hátránya azonban, hogy invazív eljárásként kontaktlencse viselését igénylik. Az úgynevezett nem invazív (más néven távoli, nem beavatkozó vagy *remote*) szemmozgáskövető berendezések általában a szem látható alakzatainak mozgását mérik, például a pupilláét, a szivárványhártya és a szemfehérje találkozását vagy egy közelre helyezett, irányított fényforrás szaruhártyáról visszaverődő fénysugarait.

Az ilyen technikák alkalmazásakor azonban gyakran a szemmozgásról készült videofelvételek – későbbi vagy valós idejű – kézi vagy automatikus elemzésére is szükség van (volt). A képfeldolgozó hardverek elérhetősége a későbbiekben felgyorsította a készen megvásárolható valós idejű, videoalapú tekintetkövetéses rendszerek fejlesztését is (Duchowski, 2007: 51–52).

A tekintetkövetéses vizsgálatok elvégzésére napjainkban többféle eszköz és módszer is rendelkezésre áll. Az offline felületek vizsgálatok például, amikor boltok belső tereinek a vásárlás szempontjából optimális kialakítását, az áruk „vásárlásösztönző” elrendezését tesztelik, vagy a magazinokban elhelyezett hirdetések, papíralapú hírlevelek vizuális felépítését vizsgálják, a vizsgálati alany fejére szerelt szemkamerával dolgoznak. Mi az online felületek vizsgálatára kifejezetten alkalmas berendezést, az Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Karán használt, az LC Technologies által kifejlesztett *Remote Eyetracking System* készüléket használtuk. Az eszköz előnye, hogy igen nagy pontosságú online magatartás-elemzést tesz lehetővé („nem *obstrusive*” módon) úgy, hogy a vizsgálati alanyra semmit nem kell felszerelni, hanem egyszerűen leül egy képernyő elé, és megnézi az ott megjelenő képeket. A rendszer a pupillákra irányuló kamerák segítségével a tekintet mozgását a képernyő felületén automatikusan és *real time* módon, nagy pontosságú idő- és térbeli felbontással rögzíti. A számítógépre telepített szoftver pedig a tekintet vándorlásáról készít különböző képeket, valamint elvégzi a hozzájuk kapcsolódó számításokat. A szemmozgás vizsgálatára szolgáló rendszer a vizuális információ felvételének idő- és térbeli paramétereit követi nyomon tetszőleges (számítógépes képernyőn megjelenő) képi felületen. Az eljárás alkalmas arra, hogy nyomon kövessük, miként néznek meg bizonyos csoportok (férfiak és nők, idősebbek és fiatalok vagy különböző, előzetesen meghatározott célcsoportok tagjai) különböző, online felületeken megjelenő képi, vizuális és szöveges felületeket, ingereket, úgymint magazinok oldalait, honlapokat, festményeket stb.

A felvételtől a rendszer többféle áttekinthető képet tud készíteni, amelynek segítségével megállapítható a vizuális felületek hatékonysága, a felület megtekintésének sorrendje, az, hogy az adott felületen mely grafikai, vizuális elemek voltak a leginkább figyelemfelkeltők és hogy volt-e olyan terület, ahova a vizsgálati alany(ok) egyáltalán nem néztek (Bodor et al., é. n.). Ez bármilyen vizuális felület esetében érdekes lehet (például festményeken, hirdetésekben vagy embereket ábrázoló képeken), de különösen fontos visszajelzés lehet a weboldalak esetében, ahol az adott oldal tulajdonosának másodpercei vannak arra, hogy a látogatót megnyerje, az oldalon tartsa és végigvezesse azon.

A vizsgálat után a rendszer sok adatot tartalmazó mátrixot készít, amit grafikus formában is előállít. Amennyiben ugyanazt a felületet többen is megtekintik, a rendszer a kapott eredményeket többféleképpen is átlagolni tudja. A fixációs és szakkádikus szemmozgást a scanpathanalízis-képek, a figyelem fokát pedig az attentionlevel- és a hotspotképek mutatják be. A scanpathanalízis-képek a fixációk szekvenciáját és az egyes fixációk idejét adják meg (lásd a 4. és az 5. ábrát). Az attentionlevel-térképek a kép (képek) egyes részleteire fordított nézési időt elemzik, amelyből a vizuális figyelem mértékét kifejező attentionlevel- vagy hotspotképeket készít a program (lásd a 6. és a 7. ábrát).

4. ábra. „Scanpathanalízis”



5. ábra. „Scanpathanalízis”, a tekintet vándorlása nyilakkal jelezve



6. ábra. „Attentionlevel”-térkép



7. ábra. „Hotspot”-ábra



Ezek a képek azt mutatják meg grafikus formában, hogy az adott vizuális felületen a résztvevő(k) mely területeket

nézték meg a leginkább és legtovább. A weboldalak vizsgálata esetén ezekből az adatokból arra lehet következtetni, hogy egy-egy funkciót, menüpontot az oldal melyik területén kerestek automatikusan.

A 4-7. ábrákon ugyanazon menüponttal kapcsolatos szemmozgás különböző grafikai megjelenítése látható.

### 3.2.3. A tekintetkövetéses vizsgálat menete a magyarorszag.hu oldal vizsgálata során

#### 3.2.3.1. Bemelegítés

A kamera beállítása után a résztvevők néhány lazító jellegű kép között lapozgattak kedvük szerint (tájkép, családi fotó, tengerpart, néhány más weboldal). Bemelegítésképpen ideálisnak tűnt megnézni néhány képet a vizsgálati alanyokkal annak érdekében, hogy ne próbálják tudatosan irányítani a tekintetüket a vizsgálat ideje alatt, és inkább a kapott feladatra koncentrálnak.

#### 3.2.3.2. Ismerkedés az oldallal

A kutatás résztvevői megtekintették a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) kezdőoldalát.

#### 3.2.3.3. Használat (keresés)

A vizsgálat harmadik, egyben leghosszabb részében a kezdőoldalon egy-egy funkció (kattintási lehetőség) megkeresése volt a résztvevők feladata.

Ezek között szerepeltek a weboldalak legjellemzőbb, általánosnak mondható navigációs lehetőségei, például az e-mail-írási lehetőség, a honlaptérkép, a portálon való keresés, a kezdőoldalra való visszajutás, a dátum, a magyarorszag.hu információi alapján a leggyakrabban keresett funkciók, a kattintási lehetőségek, például „Adó- és járulékbevallás”, „Család, otthon”, „Cégkereső” és egyéb – a keresést megkönnyítő – menüpontok, például „Nem találja? Telefonáljon!”, „Keresési tippek”, „A legkeresettebb ügyek témák szerint”, „Hívjon – ügyfélvonal 198”, valamint a címer.

A résztvevők a képek között saját tempójuk szerint lépkedtek előre, és akkor léptek csak a következő képre, ha az adott funkciót megtalálták a szemükkel a weboldalról készített PrintScreenen, vagy ha feladták a keresést.

Nem szerepelt a feladatok között a közigazgatással kapcsolatos vagy bonyolultabb(an olvasható) szakkifejezések megkeresése, úgymint például „Erkölsibizonyítvány-kérőlap”, „eBEV-szolgáltatások” vagy „e-NYENYI adatszolgáltatás”.

### 3.2.4. A tekintetkövetéses vizsgálat eredményei

Annak érdekében, hogy pontosabban megismerjük az egyes menüpontok megtalálhatóságát és a felhasználók szemmozgását, a kutatás végén többféle képet készítettünk a tekintetkövetéses vizsgálatot végző programmal.

A scanpathanalízis-képek a keresés során rögzített szakkádikus és fixációs szemmozgásokat ábrázolták, vagyis a felület megtekintésének a folyamatát és a fixációk idejét. A hotspot- és attentionlevel-képek azt ábrázolják, hogy az adott felületen (a keresés szempontjából) melyek területek voltak a leginkább figyelemfelkeltők, hova néztek legtöbbször és legtovább a kísérleti csoport tagjai. A kapott hotspot- és attentionlevel-képeket a program átlagolva is el tudta készíteni, valamint az egyes feliratok megkereséséhez szükséges időt személyekre és feladatokra lebontva is meg tudta adni (lásd a 8. ábrát).

8. ábra. Scanpath duration (ms) – Az egyes funkciók megtalálásának ideje (funkciók, résztvevők)

No	Feladat	Résztevők						Átlag	Medián
		H. A.	H. V.	K. D.	K. G.	G. Z.	Sz. Zs.		
1	Tekintsd meg a magyarorszag.hu oldalt!	9584	16108	13895	14840	13711	12116	13375,67	13803
2	Keressd meg a „Keresés a portálon” feliratot!	2324	14409	5248	8979	23308	2968	9539,33	7113,5
3	Keressd meg az oldalon a címet!	1108	4293	1289	983	3100	983	1959,33	1198,5
4	Keressd meg az oldalon a „Honlaptérkép” feliratot!	19588	2625	1067	5652	6857	2965	6459,00	4308,5
5	Keressd meg az oldalon az „Adó- és járulékbevallás” feliratot!	924	8799	41496	27535	7407	316	14412,83	8103
6	Keressd meg az oldalon a „Család, otthon” feliratot!	2635	959	4841	53265	62410	2091	21033,50	3738
7	Keressd meg az oldalon az „Állítsa be kezdőoldalnak!” feliratot!	17408	1308	2426	48137	5325	2691	12882,50	4008
8	Hol van a dátum? (2007. május 31., hétfő)	3493	150	741	2118	2233	1575	1718,33	1846,5
9	Keressd meg az oldalon a „Nem találja? Telefonáljon!” feliratot!	1883	17315	1242	1000	4141	1290	4478,50	1586,5
10	Keressd meg az oldalon a „Keresési tippek” feliratot!	983	1909	2267	4148	1141	3416	2310,67	2088
11	Keressd meg az oldalon a „Legkeresettebb ügyek	13178	35231	4434	46967	12176	3876	19310,33	12677

témák szerint” feliratot!

12	Keresd meg az oldalon a „Hívjon! Ügyfélvonal 198” feliratot!	4133	5500	11025	16352	17192	3741	9657,17	8262,5
13	Hová kattintanál, ha a főoldalra szeretnél jutni?	15636	16052	5716	12397	3902	12899	11100,33	12648
14	Hol keresnéd az e-mail-írási lehetőséget?	4201	6726	3658	5992	2508	4797	4647,00	4499
15	Hol van az „Ügyfélkapu”?	1732	1200	576	983	14567	1191	3374,83	1195,5
16	Keresd meg az oldalon a „Cégkereső” feliratot!	52378	28473	25341	49291	21008	1118	29601,50	26907

A tekintetkövetéses vizsgálat során keletkezett scanpathanalízis, valamint az átlagolt hotspot- és attentionlevel-képek alapján elmondható, hogy a kísérleti csoport tagjai bizonyos funkciókat az oldalon nagyon könnyen, másokat pedig csak hosszas keresgélés után (sem) találtak meg. A könnyebben megtalálható funkciók között voltak a „Dátum”, a „Címer”, a „Keresési tippek” és az „Ügyfélkapu” funkciók menüpontjai, azonban a tekintetkövetéses kutatás résztvevői csak hosszas keresés után találták meg „A legkeresettebb ügyek témák szerint”, a „Család, otthon”, valamint a „Cégkereső” funkciókat (szemléletesen lásd a 9. ábrát).

9. ábra. Az egyes oldalakon a keresett funkció megtalálásának átlagos ideje (ms)



Az egyes menüpontok keresését és megtalálását két eset – a kísérleti csoport számára legegyszerűbben megtalált „Dátum” és a legnehezebben felfedezett „Cégkereső” menüpontok – kiemelésével mutatom be.

Azt, hogy a „Dátum” és a „Cégkereső” funkciókat a résztvevők milyen gyorsan találták meg, a mellékelt, átlagolt attentionlevel-képek szemléltetik. Az attentionlevel-képeken a program a vizuális figyelem mértékét a következőképpen ábrázolja: a program a teljes felületet fekete színnel jelöli, és ebből a fekete felületből mutatja világosabbnak azokat a területeket, amelyek a felhasználó figyelmét leginkább felkeltették, amerre legtöbbet időzött a tekintete. Vagyis: a menüpont gyors megtalálását és egyértelmű elhelyezését – mivel keresésekor a felhasználónak nem kellett az egész vizuális felületet végigpásztáznia – a kisebb és egyértelműbb világos foltok (lásd a 10. ábrát – a „Dátum” funkció keresése), a hosszas keresgélést pedig a nagyobb, világos felületek jelzik (lásd a 11. ábrát – a „Cégkereső” funkció keresése). Szemléletesen mutatják a két menüpont megtalálhatóságát a scanpathanalízis képei is, amelyek a tekintet vándorlását, a fixációkat és a szakkádokat ábrázolják grafikus formában (lásd a 12. és a 13. ábrát).

10. ábra. A „Dátum” funkció keresésének átlagolt attentionlevel-képe



Ahogy a mellékelt képeken látható, a „Dátum” funkciót viszonylag egyszerűen találták meg a kísérleti csoport tagjai. Ennek az lehet az oka, hogy a „Dátum” funkció az oldalon egyértelmű, online környezetben megszokott helyen (a fejlécben) található, kevesebb információ között, így a kísérleti csoport tagjai viszonylag egyszerűen rátaláltak. Az „Ügyfélkapu” menüpont is nagyobb felületen, kiemelten található, így az is egyszerűbben észrevehető volt.

A „Család, otthon”, valamint a „Cégkereső” menüpontok ezzel szemben megbújtak a többi között, illetve a „Cégkereső” menüpont nem a webes környezetben megszokottnak mondható helyen (keresés: többnyire a fejléc jobb oldalán, illetve alatta) volt elhelyezve, hanem a szöveges linkek között, a kutatásban részt vevők számára „elrejtve”.

11. ábra. A „Cégkereső” funkció keresésének átlagolt attentionlevel-képe



12. ábra. A „Dátum” funkció keresésének képe (scanpathanalízis) – példa



13. ábra. A „Cégkereső” funkció keresésének képe (scanpathanalízis) – példa



A szemkamerás minikutatás hasznosnak bizonyult abban a tekintetben, hogy segítségével már ilyen kis – hatfős – mintán is egyértelműen megállapítható, hogy mely funkciókat találnak meg a felhasználók egyszerűbben, és melyek vannak kevésbé egyértelmű helyen elhelyezve. Általában azokat a menüpontokat találták meg könnyebben a kutatásban részt vevők, amelyek az online felületeken megszokott(nak mondható) területen helyezkedtek el, és azokat nehezebben, amelyek megbújnak a többi között, nem emelkednek ki, vagy kevésbé megszokott területre kerültek a tervezés során. A tekintetkövetéses vizsgálat eredményeiből arra lehet következtetni, hogy bizonyos funkciók keresésekor a felhasználók egyszerűen elvesznek a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) főoldalának felületén. Különösen akkor figyelemre méltó ez az eredmény, ha azt a tényt is figyelembe vesszük, hogy a kutatás alanyai fiatal, gyakorlott internetfelhasználók voltak, így felmerül a kérdés, hogy vajon hogyan boldogulnak az oldalon azok, akik viszonylag ritkábban használják az internetet és böngésznek közigazgatási portálokat.

A 14-17. ábrák a vizuális figyelem mértékét ábrázolják néhány további funkció megkeresésekor:

14. ábra . „Legkeresettebb ügyek témák szerint” (átlag)



15. ábra. „Keresés a portálon” (átlag)



16. ábra. „Adó- és járulékbevallás” (átlag)



17. ábra. „Keresési tippek” (átlag)



A [magyarország.hu](http://magyarország.hu) oldallal kapcsolatban – a tekintetkövetéses vizsgálat kiegészítéseként végzett – online fókuszcsoportos kutatás részletei, valamint a teljes kutatás összefoglalója a Médiakutató következő, 2009/1-es számában lesz olvasható. A kutatás teljes anyaga olvasható lesz az [www.mediakutato.hu](http://www.mediakutato.hu) és a [www.herendy.hu](http://www.herendy.hu) oldalakon.

## Offline irodalom

BME-UNESCO, Információs Társadalom és Trendkutató Központjának (ITTK) kutatócsoportja, Tárki, ITHAKA (2007) *Elektronikus közgazgatás. Éves jelentés*, Budapest: ITTK.

Bodor Péter & Illés Anikó & Síklaki István (é. n.) *Eyetracking*. K. n.

Carolyn Snyder (2003) *Prototyping: The Fast and Easy Way to Design and Refine User Interfaces*. H. n.: Morgan Kaufmann.

Damjanovich Nebojsa (2008) *E-marketing felsőfokon képzés, prezentáció*. H. n.: K. n.

Duchowski, Andrew T. (2007) *Eye Tracking Methodology, Theory and practice*. London: Springer & Verlag.

Faulkner, Laura (2003) *Beyond the five-user assumption: Benefits of increased sample sizes in usability testing*. In: *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*. Austin, Texas: University of Texas.

Flemming, Jennifer (1998). *Web-navigation, design the user experience*. H. n., O'reilly.

Jacob, Robert J. K. (2003) *Eye tracking in Advanced Interface Design. Human-Computer Interaction* Washington, D.C: Lab, Naval Research Laboratory.

Kahn, Paul & Lenk, Krzysztof (2001) *Mapping web sites*. East Sussex: Hove RotoVision.

Nielsen, Jacob (2002) *Web-design*. Budapest: Typotex.

Robinson, D. A. (1932-1949) *The Oculomotor Control System: A review. Proceedings of the IEEE*, 56(6). H. n.: K. n.

Síklaki István (2006) Az online kvalitatív közvélemény- és piackutatás módszertani kérdései. *Jel-kép*, 2. sz., 59-73.

Síklaki István (2006) *Vélemények mélyén. A fókuszcsoporthoz, a kvalitatív közvélemény-kutatás alapszere*. Budapest: Kossuth Kiadó.

## Online irodalom

Damjanovich, Nebojsa (2007) *Hogyan tanulhatunk a website navigáció témáról a felhasználoktól, avagy Card Sorting teszt*. <http://damjanovich.hu/cikkek/card-sorting-teszt.html> (utolsó letöltés: 2008. október 17.).

Nielsen, Jacob (2000) *Why You Only Need to Test With 5 Users?* <http://www.useit.com/alertbox/20000319.html> (utolsó letöltés: 2008. október 17.).

Nielsen, Jacob (2006) *F-Shaped Pattern For Reading Web Content*. [http://www.useit.com/alertbox/reading\\_pattern.html](http://www.useit.com/alertbox/reading_pattern.html) (utolsó letöltés: 2008. október 17.).

Nielsen, Jacob & Morkes, John (1997) *How Users Read on the Web*. <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html> (utolsó letöltés: 2008. október 17.).

Nielsen, Jacob & Sano, Darrel (1994) *Design of SunWeb – Sun Microsystems' Intranet*. <http://www.useit.com/papers/sunweb/> (utolsó letöltés: 2008. október 17.).

Herendy Csilla (2008) *Web3.0 – A szemantikus web?* <http://www.damjanovich.hu/cikkek/web3.0-a-szemantikus-web.html> (utolsó letöltés: 2008. október 17.).



# Lábjegyzetek

1

Szeretnék köszönetet mondani Síklaki István témavezetőmnek a szakmai iránymutatáson túl elsősorban azért, mert lehetővé tette, hogy gyakorlati jelleggel hozzáférhessek a technológiákhoz, amelyek a jelen kutatás alapját képezték. Köszönöm Borbély Viktor szakmai segítségét is.

2

A magyarorszag.hu oldallal kapcsolatban 2007 tavaszán tekintetkövetéses és online fókuszcsoporthoz vizsgálatokat végeztem. Terjedelmi korlátok miatt a jelen írás csak a tekintetkövetéses vizsgálat eredményeit tartalmazza. Az online fókuszcsoporthoz kutatás és a teljes kutatás összefoglalása a *Médiakutató* következő, 2009/1-es számában lesz olvasható.

3

A szoftverfejlesztési projektek 63 százaléka *usability* (használhatósági) problémák miatt lépi túl az előzetesen tervezett költségkeretet (Damjanovich, 2008).

4

A website-tervezés folyamatának leírásához és ábrázolásához a következő források adtak inspirációt: a Sämling Kft. 2007 őszén tartott E-marketing manager kurzusán hallottak (oktató: Damjanovich Nebojsa), valamint a Kahn, Paul-Lenk, Krzysztof szerzőpáros *Mapping websites* című könyvében látható ábra (Kahn-Lenk, 2001:11).

5

*Microsite*: mini honlap. Többnyire kampányok alkalmával, egyes termékek bevezetésekor szoktak *microsite*-ot készíttetni. Jellemzője, hogy négy-hat, precízen felépített aloldalból áll, általában egy nagyobb weboldal része, és a kampány időtartama alatt önállóan is elérhető.

6

A web eddigi történetét áttekintve és a lehetséges fejlődési irányokról gondolkodva web1.0-ről, web2.0-ről és újabban web3.0-ról szokás beszélni. Egyes írásokban már a web4.0 víziójáról is lehet olvasni. A web1.0 az online megjelenésről, információk elhelyezéséről, a web2.0 a közös tartalom létrehozásáról (például [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)), közösségépítésről (például [www.wiw.hu](http://www.wiw.hu)), a web3.0 pedig a weben elérhető információk rendszerezéséről és a „mélyweben” található adatok értelmezéséről, megtalálhatóságáról szól. A weben – és azon kívül is – az elérhető információk mennyisége hatalmas ütemben nő, emiatt mind nagyobb szükség van az adatforrások rendszerezésére, összekapcsolására. A szemantikus web – vagy más néven web3.0 – célja, hogy a világhálón elérhető témérdek információt számítógépes feldolgozásra (például keresésre) alkalmasabbá tegye. Célja, hogy a világhálón található információkat a számítógépek ne csak olvasni, hanem értelmezni is tudják. Ennek érdekében egyrészt az információkhoz megfelelő metaadatokat kell társítani, másrészt a számítógépeket képessé kell tenni arra, hogy a metaadatokkal kapcsolatos következtetéseket el tudják végezni (vö. Herendy, 2008).

7

A szemkamerás vizsgálat és az online kutatás ötlete egy megfelelő szellemi keretet biztosító kurzuson (Online kutatási módszerek, oktató: Síklaki István) jött létre a Pécsi Tudományegyetem Nyelvtudományi Doktori Iskolájában 2007 tavaszán. Az *eye-tracking* kutatás az Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi karának laboratóriumában zajlott, az online fókuszcsoporthoz pedig a Meroving Kft. Virtuális stúdiójában, az IQON szoftverrel.

8

A tekintetkövetéses vizsgálat során a felhasználókat összetettebb feladatok megoldására is meg lehet kérni, így például arra, hogy keressenek meg egy bizonyos információt a weboldalon úgy, hogy ha szükséges, mozogjanak az oldalak között, használják a keresőt stb. Jelen kutatás – pilotjellegénél fogva – nem vállalkozott ennyire bonyolult és összetett problémák vizsgálatára.

9

Az BME-UNESCO Információs Társadalom és Trendkutató Központjának (ITTK) éves beszámolója szerint: „A nemzetközi rangsorok népes mezőnyéből kiemelkednek a Waseda, valamint a Brown egyetemen kifejezetten az elektronikus kormányzatra vonatkozóan készült összehasonlítások. A japáni Waseda Egyetem E-kormányzati Intézete (Institute of e-Government) 2006-ban már a második alkalommal készítette el e-kormányzati ranglistáját: ezúttal 32 országban mérték fel, hogy mennyit fejlődött az elektronikus közigazgatás egy esztendő alatt. A számos kritérium figyelembevételével felállított lista tíz legjobbját: 1. Egyesült Államok, 2. Kanada, 3. Szingapúr, 4. Japán, 5. Dél-Korea, 6. Németország, 7. Tajvan, 8. Ausztrália, 9. Egyesült Királyság és 10. Finnország. Figyelemre méltó, hogy az első öt között 3 ázsiai ország található” (ITTK, 2007: 14–15).

10

A szemmozgás követésére vonatkozó vizsgálatok közül talán a legnagyobb nyilvánosságot Jacob Nielsen kutatása kapta, amely szerint az online felületeket olvasva szemünk mozgása egy „F” betű alakját mutatja (Nielsen, 2006). Jelen kutatás szemkamerával végzett felvételei nem minden esetben igazolják a Nielsen által leírtakat az F betűs mozgással kapcsolatban, ám Nielsen is jelzi, hogy ez a mintázat a különböző tartalmú oldalakon változhat.

11

A módszer elméleti háttérének bemutatásához Bodor Péter–Illés Anikó–Síklaki István kéziratát használok fel.

12

Ezért sem kérhetjük a vizsgálatban résztvevőtől, hogy próbálja meg felidézni, hova nézett először, másodjára, és eztán merre haladt a tekintete, amikor például a levélírás funkciót kereste az adott weboldalon. A tekintet vándorlását a felületen és az egyes elemekkel kapcsolatos érdeklődést a tekintet követésére kifejlesztett módszerekkel figyelhetjük csak meg.



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](#)

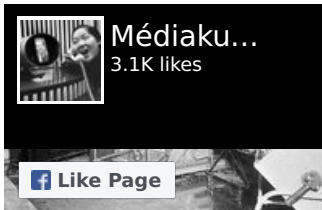
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

## Médiakutató 2008 tél

### Erőszak

Tóth Péter István:

## A médiaerőszak-félelmek eredete

**Tudjuk, vagy azt hisszük, hogy tudjuk, a média befolyásolja az embereket. Ugyanakkor igyekszünk elkerülni azt az érzést, hogy védtelenek vagyunk a tömegkommunikáció hatásaival szemben. Egy egészséges énkonceptióval rendelkező ember jobbnak tartja magát az átlagnál, többnyire meggyőződése, hogy tudja, mikor hat rá egy televízió-műsor vagy egy folyóirat-tanulmány. A félelem, hogy mások erre kevésbé képesek, arra ösztönöz sokakat, hogy a média szigorúbb ellenőrzését sürgessék. Az aggodalom annál erősebb, minél kevesebbet tudunk azokról a másokról, így heurisztikus ítéletek alapján tudunk csak döntéseket hozni. Hibásan ítélkezünk vagy csak óvatosak vagyunk? A probléma értelmezéséhez Davison harmadikszemély-hatás elméletét, valamint Haselton és Buss evolúciós pszichológiai hibakezelő elméletét alkalmazzuk.**

Előző írásomban (Tóth, 2007) arra igyekeztem rámutatni, hogy az agresszió, illetve az erőszak megfelelő definiálása elkerülhetetlen a médiahatás problémájának hatékony vizsgálatához. Véleményem szerint az *agresszió* meghatározását és mérését alapvetően az evolúciós viselkedéstudományok, valamint a pszichofiziológia keretében szükséges elvégezni, míg az *erőszakot*, amely egyértelműen kulturálisan meghatározott koncepció (Eller, 2006), elsősorban a társadalomtudományok – például a szociológia, a kulturális antropológia, a kommunikációtudomány – kvantitatív és kvalitatív módszereivel érdemes kutatni (lásd még Grimes & Bergen, 2008).<sup>1</sup> Az árnyaltabb és differenciáltan specifikus hatásértelmezéshez új és általános keretet nyújthat az evolúciós pszichológia. A darwini evolúciós elmélet, mint metaelmélet, segítheti a médiával kapcsolatos pszichológiai, szociológiai és kommunikációs elméletek egymáshoz illesztését, egyben falszifikációját (Buss, 1995; Buss & Kenrick, 1998).

Az agresszióbemutatás (az úgynevezett „médiaerőszak”) hatásainak vizsgálatára létrehozott elméletekre is jellemző az a társadalomtudományokra általánosan jellemző probléma, hogy a vizsgált jelenség értelmezésénél nagyszámú, nemegyszer egymásnak homlokegyenest ellentmondó „minielméletek” léteznek. Az evolúciós pszichológia közép szintű elméletei (mint a rokonszelekció, a szülői ráfordítás, a reciprok altruizmus elmélete), valamint számos speciális elmélet (mint a fiatalhím-szindróma, az apai távollét, a hasonlóság preferenciája, a fluktuáló aszimmetria vagy a hibakezelés elmélete) értelmezési keretet és – mint említettem – falszifikációs lehetőséget képesek biztosítani a médiahatás-hipotézisek számára (Berezkei, 2003; Buss, 1995). Például Wilson és Daly (1985) fiatalhím-szindróma hipotézise, valamint Campbell (1999) az agresszió alkalmazásának nemi különbségeit magyarázó elmélete hasznos segítséget nyújthat a médiában bemutatott agresszióknak akár a hatáspszichológiai, akár a használatkielégülési értelmezéséhez (Tóth, 2007; Tóth et al., 2004).<sup>2</sup> Az alábbiakban e többszintű megközelítésre szeretnék egy további példát bemutatni.<sup>3</sup>

### Erőszakos média vagy társadalmi egyenlőtlenség

A „manipuláló média” paradigma képviselői szerint a médiaerőszak befolyásának immorális jellege részben éppen abból ered, hogy a hatáskiváltásra törekvés célorientáltan szándékos. Az alapvetően tömegjellegű közönség fogalmának konstruálásával a médiát bírálók főként a *mágikus lövedék*, nemkülönben az *injekcióstű-hatás* korai modelljeinek megfelelően járnak el. Megállapítható, hogy a diskurzusokban megjelenő közönségtípusok többnyire differenciálatlan, nagy szociológiai kategóriák mentén képződnek.<sup>4</sup>

A polémia résztvevői által konstruált hipotetikus közönség tagjai annál gyakrabban válnak a manipuláció céljává, annál kiszolgáltatottabbak és védekezésre képtelenebbek a médiával szemben, minél több lényegesnek tekinthető tulajdonságban különböznek a társas kategorizáció alapján az őket védeni szándékozóktól.

Az erős hatás képviselői szerint az erőszak kultivációja a korai gyerekkorban kezdődik. Ekkor még a valóságot a fikciótól megkülönböztetni képtelen, és ebből következően védtelen televíziónéző „könnyen” és „gyorsan” megtanulja a pozitív megerősítéssel kísért agressziót (Bandura, 1965; Bandura et al., 1963a, b, c). A gyerek hajlamos a környezetében zajló társas folyamatok figyelésére és utánzására, különösen akkor, ha a modell és a saját viselkedését pozitív érzelmek és környezete megerősítő reakciói kísérik (Bandura, 1973). Agyában

kialakulnak azok a társas kognitív reprezentációk (*szociálkognitív modell* – Bandura, 1986), illetve a tudat számára kontrollálhatatlan asszociációk az előkészítő (*priming*) hatások által (*kognitívneasszociációs-elmélet*, valamint az *előhangoláshatás-modell* – Berkowitz, 1984, 1993, Berkowitz & Rogers, 1986). A társas környezet percepcióját és a viselkedést irányító mentális sémák formálódnak a médiában látottak alapján (*információkezelés modellje, sémamodell* – Eron, 1982; Huessman, 1988; Huessman et al., 1984), amelyek viszonyítási, relevancia- vagy asszociációs alapként elősegítik az agresszív/erőszakos viselkedés szocializációját (Anderson et al., 2003; Gentile et al., 2007).

Noha a hatáselméletek a médiának erős befolyásolást tulajdonító korszakát éljük (McQuail, 1994; Bajomi-Lázár, 2006), számos érv hangzik el emellett, hogy a tömegkommunikációs hatások jóval gyengébbek, mint azt a pesszimiztikus bírálók feltételezik (Bajomi-Lázár, 2006; Savage 2004). Politikusok, marketingesek, műsorkészítők és még sokan, akik médiából élnek, boldogok lennének, ha tényleg olyan hatékonyan tudnák befolyásolni és manipulálni a közönséget, mint azt a médiakutatók és a laikusok többsége feltételezi.

A „médiakerőszak-vita” napjainkban is dúl, bár már akadnak olyan kutatók, akik szerint a továbblépést az ellentétes álláspont képviselői közötti konstruktív kommunikáció segítheti elő (Anderson, 2008). A szembenálló felfogást képviselők egy kisebb része a társadalom egésze szempontjából elhanyagolható mértékű hatást tulajdonít az agresszív médiatartalmaknak (Felson, 1996; Grimes & Bergen, 2008; Savage, 2004). Nem kérdőjelezi meg teljesen az agresszió bemutatásának negatív hatását, hanem elsősorban olyan nézőket tekintenek veszélyeztetetteknek, akik mentálisan, de elsősorban érzelmi szempontból problematikusnak vagy diszfunkcionálisnak tekinthetők. Arra hívják fel a figyelmet, hogy néhány kutató – többnyire ritkán hivatkozott tanulmányaiban – már két-három évtizeddel ezelőtt arra mutatott rá, hogy a társadalmakban tapasztalható agresszióért sokkal inkább a megoldatlan szociális és megélhetési problémák, vagyis a társadalmi ellentétek a felelősek, mintsem a tömegkommunikáció, elsősorban a televízió (Graham & Gurr, 1969; illetve Coyne, 2007).<sup>5</sup>

A fiatal fiúk és a férfiak arányának növekedése együtt jár az erőszakos bűncselekmények, köztük az emberöléses esetek növekedésével. Ez különösen azokra az országokra jellemző, amelyekben nem építettek ki megfelelő szociális támogató intézményeket (Maume & Lee, 2003; Pampel & Gartner, 1995), ugyanakkor ott, ahol ezek az intézmények kiépültek, az említett pozitív korreláció nem tapasztalható (Savolainen, 2000). Ugyanakkor minél szélesebbre nyílik a szociális olló, minél inkább csökkenti az állam a szociális juttatások mértékét, annál gyakoribb az agresszió, annál magasabb az elkövetett gyilkosságok aránya (Gatti & Tremblay, 2005).

## A médiabefolyásolás vizsgálata

A tömegkommunikáció kialakulásának kezdetétől minden új médium megjelenése sokakban keltett félelmet annak vélt vagy valós hatásaival kapcsolatban. A feltételezett negatív következményeket egyaránt felfedezni vélték mikroszinten, vagyis az emberek gondolkodásában, és makro-, azaz társadalmi szinten, a normák, az erkölcsök, a hagyományok és az értékek inflálódásában, illetve végzetes átalakulásában, végső esetben elvesztésében.

A tömegkommunikációs folyamatok kutatóit már régóta foglalkoztatja, hogy a médiareprezentációk milyen hatással vannak a tömegekre (a közvéleményre), illetve az egyénre. A percepiált hatással kapcsolatos vélekedések alapján hipotéziseket, majd elméleteket állítottak fel, amelyek érvényességét különböző vizsgálati módszerekkel igyekeztek alátámasztani (hallgatásispirál-, utánfutóhatás-, kumulatívhatás-elmélet, kultivációs elmélet, kódolás-dekódolás-elmélet, illetve a közvéleménnyel kapcsolatos kutatások). Először Lazarsfeld, Berelson és Gaudet (1944) figyelt fel arra, hogy a médiaközönség tagjait nemcsak közvetlenül érik hatások a tömegkommunikációból (függetlenül attól, hogy az milyen mértékű). Az Ohio állambéli Erie megyében, 1940-ben Franklin D. Rooseveltt és Wendel Wilkie jelöltek közötti választási kampány vizsgálata nyomán arra a felismerésre jutottak, hogy az egyént nemcsak – vagy nem elsősorban – a tömegkommunikációs eszközökből érik jelentős hatások, hanem mások véleménye is szerepet játszik a választói vélemény kialakulásában. Lazarsfeldék a minimálisnak tapasztalt közvetlen hatás mellett felismerték a közösségi „véleményvezérek” szerepét az egyéni választó döntésében. Ennek a mechanizmusnak az értelmezésére hozták létre a „*kétlépéses kommunikációs folyamat*” modelljét. A választók döntésében a legfontosabb tényező tehát a személyes befolyás, vagyis a közönség tagjainak személyközi kommunikációja volt. Az egyén szempontjából a hatás bekövetkeztének első lényegi mozzanata nyilvánvalóan a másik vagy másokra gyakorolt hatás percepciójával kezdődik. Ebben a két részből álló mechanizmusban (a) a másokban kialakult hatások percepciója vagy vélelmezése is fontos szerepet játszik abban, hogy (b) milyen érzelmi, kognitív és viselkedéses következményei vannak egy médiareprezentációnak.

Az utánfutóhatás- és a hallgatásispirál-elméletek a médiahatás percepciójának szociológiai szintű vonatkozásait értelmezik elsősorban (Lee & Lee, 1939; Noëlle-Neumann, 1984). Nevezetesen azt, hogy miként befolyásolják a közönség tagjainak attitűdjeit, véleményeit és viselkedéseit azzal kapcsolatos vélekedéseik, hogy milyen jellegű, illetve mértékű a médiának a sokaságra vagy a közvéleményre gyakorolt hatása, és ennek milyen következményei vannak. Továbbá nem kevésbé lényeges, hogy e vélekedések nyomán megnyilvánuló kommunikációs és politikai aktivitás milyen módon hat vissza a közvéleményre, a tömegkommunikációs eszközökre és a politikára.

## A médiabefolyásolás laikus vélelmezése

Albert Gunther (1998) „*meggyőző sajtókövetkeztetés elmélete*” szerint az egyén az alapján következtet a közvélemény tartalmára, hogy ő maga milyennek percepiálja a kérdéses médiatémát, és meghatározó azon meggyőződése, hogy e téma befolyással van másokra.

A médiaközönség tagjainak alapvetően nincs megfelelő információjuk, amely lehetővé tenné számukra, hogy objektív és pontos ítéletet alkossanak akár a médiában megjelent, akár a médiával kapcsolatos hírek

megbízhatóságáról. Ugyanez a pontatlanság és bizonytalanság jellemzi a tömegkommunikáció hatásaival kapcsolatos feltételezéseket, és azok ellenőrzésére nem sok esélye van a médiahasználójának. Akár a média témájához kapcsolódó közvélemény tartalmáról és érvényességéről, akár arról, hogy saját magára vagy ismerőseire, nem is beszélve az általa nem ismertek tömegéről, milyen módon és mértékben hat vagy hatott egy-egy médiaprezentáció (hír, reklám, kampány, film stb.), csak bizonytalan becslései lehetnek.

Mások befolyásolhatóságával kapcsolatban hajlamosak vagyunk túlzásokba esni, hisz a valóságosnál nagyobb hatásokat tulajdonítunk a médiaüzeneteknek, mint amilyen mértékűek valójában kimutathatók (Günther, 1991). Ugyanakkor meggyőződésünk, hogy alig vagy csak mérsékelten vagyunk befolyásolhatók, tehát alábecsüljük annak a mértékét, hogy milyen erősen hatnak ránk a tömegkommunikációs eszközök. A pszichológiában a fent ismertetett pontatlan feltételezéseket és téves becsléseket a környezeti információk hibás megítéléséből, felhasználásából eredő kognitív torzításoknak (*cognitive bias*) nevezik (Tversky & Kahneman, 1974; Shafir & LeBoeuf, 2002).

E becslések forrása sokféle lehet. Egyrészt a *kis számok törvénye torzítás* szerint az egyén, aki elfogult a médiában megjelenített témával szemben, úgy gondolja, hogy mások is, sőt mindenki hozzá hasonlóan látja és értelmezi a megjelentetett hírt. Ez annál is inkább képtelenség, mert igen kevés információ áll rendelkezésére akár mások értelmezéséről, akár az adott hírhez kapcsolódó, az értelmezést elősegítő egyéb hírekről.

Másrészt az emberek hajlamosak arra, hogy egy semleges, egyoldalúságtól mentes esemény bemutatását a saját nézőpontjukkal szemben negatívnak ítéljék meg. Az ellenséges médiahatás jelensége nem egyszerűen csak egy hibás kognitív ítéletalkotás, hanem a legtöbbször társul azzal a vélelmezéssel, hogy az ellenséges bemutatás erős hatást gyakorol a vele szemben álló nézeteket valló nézőkre, és negatívan befolyásolja a kérdéssel kapcsolatos közvéleményt is (Vallone et al., 1985).

## A harmadikszemély-hatás

A média negatív, illetve pozitív hatásaival kapcsolatos vélelmezésekről fogalmazták meg a *harmadikszemély-hatás* (Davison, 1983), valamint az *elsőszemély-hatás* elméleteket (*fordított harmadikszemély-hatás* - Gunther & Thorson, 1992; *elsőszemély-hatás* - Perloff, 1993).

A harmadikszemély-hatás elmélet lényege, hogy egyrészt az egyén önmagát („I”, illetve „Én”) és azokat, akiket magához hasonlóknak tart vagy feltételez („You”, illetve „Te” vagy „Ti”), védettnek vél a média befolyásoló hatásaival szemben. Ezzel szemben a tömegeket („They”, illetve „Ők”), akiket egyébként jelentősen eltérőnek tekint a vélelmező önmagához képest, védekezésre képtelennek, kiszolgáltatottnak tartja (lásd az 1. ábrát). Harmadikszemély-hatások a médiatartalmak egészen különböző típusaival kapcsolatban alakulhatnak ki, így például a reklám, a fogyasztói szokások, különösen pedig az agresszió, a pornográfia és a politikai befolyásolás kapcsán. Mindegyikre alapvetően jellemző azonban, hogy magas a társadalomban a normatív megítélésük, valamint a vélekedőnek negatív az attitűdje ezekkel a médiaábrázolásokkal szemben.

### 1. ábra



#### Andsager és White nyomán

Richard Perloff (1989) kísérletében megvizsgálta, hogy egy libanoni palesztin-izraeli összecsapás médiamegjelenítésének hatásairól milyen vélekedések alakulhatnak ki. Az Izraelt, illetve a palesztinokat pártolókat egyaránt azt gondolták, hogy a semleges nézőket negatívan befolyásolhatták a konfliktusról szóló beszámolók. Pontosabban mindkét fél azt gondolta, hogy a tudósítások negatív attitűd kialakulását eredményezhették az általuk támogatott féllel szemben, miközben az ellenfél iránt pozitív benyomások maradhattak utánuk. Úgy vélték továbbá, hogy a semleges nézők agresszornak tekintik majd a vizsgálati alanyok számára szimpatikus felet, és áldozatnak tartják majd az ellenfelüket.

A második kísérletben szereplő, előzetes szimpátiát nem mutató semleges nézők ugyanazokat a tudósításokat nézhették meg. Perloff megállapította, hogy nem alakult ki utóbbiaknál egyik harcoló fél iránt sem pozitív, sem negatív attitűd. Ebből arra következtetett, hogy nem a tudósítások alakították ki, hanem az elfogult felek vélelmezték a média erőteljes befolyását a tőlük jelentősen különbözőnek gondolt nézők véleményére. Ez a feltételezett erős befolyás tovább erősítette azon elképzelésüket, hogy a média elfogultan orientálja mások véleményét.

A harmadikszemély-hatás következményeinek a fent említett kognitív dimenziója mellett azonosítható egy viselkedési dimenziója is. Gunter (1998) szerint az, hogy az emberek hogyan értelmezik a médiatartalmakat (milyen jelentéseket tulajdonítanak nekik), mire következtetnek a televízióban látottak alapján (milyen összefüggéseket képesek felismerni), valamint az, hogy milyenek mindezek közvetett hatásai (hogyan befolyásolják a másokra gyakorolt hatások percepciója alapján kialakuló vélekedéseket), igen jelentős következményekkel járhat. Több kutatás is jelzi, hogy az agresszív tartalmú, a pornográf médiatermékek, valamint a valóságshow-k vélelmezett, káros hatásainak ellensúlyozása, illetve kiküszöbölése érdekében sokan támogatnák a korlátozó vagy büntető cenzúrázás bevezetését, erősítését (Chia et al., 2004; Cohen & Weiman, 2008; Davison, 1983; Gunter, 1995; Rojas et al., 1996).

A néhány évvel később meghatározott *elsőszemély-hatás* hipotézis elsősorban a társadalom és/vagy az egyén számára pozitívnak, valamint kívánatosnak tartott befolyásolási törekvésekkel kapcsolatban fogalmazódott meg. Ebben az esetben a médiaközönség tagja („Én”) feltételezi, hogy e pozitív hatások benne bekövetkeznek, míg

másokra („Ők”) a kívánatos tartalmú médiaproduktumok hatástalanok (lásd a 2. ábrát).

## 2. ábra



### Andsager és White nyomán

Perloff (2002) szerint a harmadikszemély-hatás a tömegkommunikáció kialakulása nyomán jelenik meg. Szociológiai szinten a modern közvélemény formálódásával és befolyásával kapcsolatos folyamatokra vezethető vissza. A harmadikszemély-hatás a hallgatási spirállal együtt a *pluralizmus ignoranciájának* típusaként értelmezhető. A pluralizmus ignoranciája egy társas összehasonlítási hiba, amely során az egyén rendelkezik egy véleménnyel, ugyanakkor tévesen úgy véli, hogy sokan mások ellentétes véleménnyel rendelkeznek. Ez az elfogult véleményformálás alulbecsléses esete. Ugyanakkor a felülbecslés esetében a véleménnyel rendelkező személy azt feltételezi vagy úgy érzi, hogy az emberek többsége a sajátjával azonos nézeteket vall.

A pluralizmus ignoranciáját mint fontos szociális konstrukciót először az 1920-as években Floyd Allport szociálpszichológus fogalmazta meg. Számos olyan pszichológiai és szociológiai helyzetre alkalmazta (rassz szerinti szegregáció, egyetemisták alkoholhasználatával kapcsolatos percepció, iskolai viselkedés stb.), amelyben kiderült, hogy a véleményalkotók a tőlük jelentősen eltérő szociológiai kategóriába tartozóknál a sajátjuktól eltérő véleményeket feltételeztek (magyarul Angelusz Róbert ismerteti részletesen – 2000). A felülbecslés egyik mechanizmusa a hamiskonszenzus-hatás lehet (Mullen et al., 1985), azaz az egyén elfogultan („Én”) feltételezi, hogy sokan mások („Te, illetve Ti”) hozzá hasonló vagy azonos véleménnyel rendelkeznek, vagyis egyazon társadalmi kategóriához tartoznak.

Intellektuális vagy véleményalkotási feladatok esetében a viszonyításhoz választott saját vagy referenciacsoport tagjainak értékeiről, attitűdjeiről, kapcsolatairól kialakult pozitív vélekedések vagy tényleges ismeretek növelik az egyén biztonságérzetét és önbizalmát azzal kapcsolatban, hogy a problémák esetében sikeres döntéseket tud hozni, és képes ellenőrizni maga körül a világot (Smith & Mackie, 1995). Ugyanakkor viszont az erősen eltérő társaskategória- jellemzőkkel leírható társadalmi csoportok esetében differenciálatlan negatív előfeltételezésekkel él (például Eveland et al., 1999). Ez hatással lehet arra, hogy a közvéleménynek milyen mértékű befolyásoló szerepet vélelmeznek egy populációban. Nem tapasztalható jelentős eltérés az „Énre”, illetve a populációs szinten feltételezett befolyásoló hatás között, ha a megkérdezett nem különbözteti meg magát a sokaságtól. Ellenben megjelenik az eltérés, ha a populáción belül jelentősen különböző társadalmi csoportok különböztethetők meg, és azok egy részével nem azonosul az egyén (Glynn & Ostmann, 1988). A hamis konszenzus annál erősebb, azaz a média hatására vonatkoztatva annál többen gondolják azt egy populációban, hogy őhozzájuk képest másokat befolyásol a média vagy a közvélemény, minél távolabbi populációt választanak az összehasonlításhoz.

## Hipotézisek a harmadikszemély-hatás mechanizmusáról

A vélekedéseket szabályzó motivációs és kognitív, azaz mikroszintű mechanizmusok magyarázatoként több elméletet is érdemes megemlíteni (Perloff, 2002). A *dominánsnak tekinthető interpretáció szerint* a harmadikszemély-hatás annak következménye, hogy az ember hajlamos önmagát úgy érezni, hogy azáltal jónak tűnjön, de legalábbis jobbnak látszódjon, mint mások. A kognitív szociálpszichológiában hasonló hatásmechanizmust tulajdonítanak a „*jobb, mint az átlag-effektusnak*” (Alicke et al., 1995), valamint a *lefelé történő összehasonlításnak*, azaz az egyén azon törekvésével, hogy bizonyos jellegek mentén olyan összehasonlítást tegyen másokkal, amely során magát azokhoz viszonyítva jobbnak értékelhesse, ezáltal megőrizhesse pszichológiai jólétét (Wills, 1981). Szintén közel áll a fent említett önnövelő motivációhoz az *optimista elfogultság* (Weinstein, 1980, 1989), amely szerint az egyén meggyőződése, hogy másokhoz képest gyakrabban szerez pozitív tapasztalatokat, míg a tőle eltérő mások vonzódnak a negatív eseményekhez.

Miközben elismeri az ember, hogy a média hatással van rá, egyben feltételezi, hogy e kommunikációs hatásokkal szemben ugyanakkor énjé védett. Ezzel szemben másoknál, különösen, ha azok társadalmi szempontból negatív tulajdonságokkal rendelkeznek, feltételezi a kommunikáció iránti hiszékenységet. Andsager és White (2007) az önfelértékelés motivációját (Brown, 1986) tekinti a harmadikszemély-hatás mechanizmusa legmeggyőzőbb magyarázatának.

A *második lehetséges magyarázat szerint* az emberek azon szükségletük által motiváltak, hogy az életük során a kiszámíthatatlan eseményeket az ellenőrzésük alatt tartsák. Ez tulajdonképpen azon törekvésnek a része, hogy az ember a vele történő, illetve a körülötte zajló eseményeket, ha lehet, igyekszik kézben tartani (Smith & Mackie, 2000). Ha tehát elfogadnánk, hogy a média erősen befolyásolja gondolatainkat, világvéleményünket, viselkedésünket, akkor a reménytelenül kiszolgáltatottság tudata lelki összeomláshoz vezetne, de legalábbis kognitív disszonanciát eredményezne. Ha azonban hiszünk abban, hogy képesek vagyunk a médiával szemben megvédeni az énjünket, hatékonyságunk tudatában élhetjük a mindennapjainkat a médiával átszótt világban. Sőt használni tudjuk a médiumokat, ami által kielégültséghez juthatunk, végül értelmesen és sikeresen beépíthetjük az életünkbe.

A *harmadik, meglehetősen spekulatív, nehezen igazolható pszichodinamikus magyarázat szerint* az egyén a média folyamatos hatása alatt áll (Perloff, 2002). E hatásnak gyakran nincs is tudatában, illetve többnyire képtelen tudatosan elfogadni e befolyást. Ha az ember fel- és beismerné, sőt elfogadná a média befolyásoló hatását, az megkérdőjelezné, alááshatná saját, józan ítélőképességébe vetett hitét. Nem is beszélve arról, hogy ez egyben negatív hatással lenne a környezet ellenőrzésével kapcsolatos percepciójára is. Védekezéséppen az egyén a média hatásának másokra irányuló projekciójával igyekszik megóvni énjét, ezáltal távolítja el magát énjének nem kívánt összetevőitől. Az egyén negatívnak ítélt viselkedésének másokra irányuló énvédő projekciója lehetővé teszi az

egyén számára, hogy ne kelljen szembesülnie és elfogadnia énjének – például éppen a média hatása által – torzult részeit (Schimmel et al., 2000).

A *negyedik hipotézis szerint* a harmadikszemély-hatás elsősorban nem motivációs tényezővel, hanem az információkezeléssel áll összefüggésben, azaz kognitív jellegű tényezők függvénye. A feltételezések szerint mások („They”) médiával kapcsolatos befolyásolhatóságát az attribúciós eljárási elfogultság vagy torzítás következtében ítéljük meg magunkhoz képest eltérőnek. A cselekvő-megfigyelő torzítás (Jones & Nisbett, 1971) lényege, hogy az emberek önmaguk cselekvésének, döntésalakulásának okaiként – például sikeres tömegkommunikációs befolyás nyomán megváltozott vélemény esetén – külső tényezők szerepét hangsúlyozzák, míg mások esetében úgy vélekednek, hogy a személyiségjegyek a meghatározók. Gunter (1991) kísérletében megfigyelte, hogy a rágalmozó újságcikknél a hírforrás megbízhatóságának minősége, mint külső tényező, szerepet játszott vizsgálati alanyainál annak megítélésében, hogy milyen mértékű hatást gyakorolna rájuk az írás. Továbbá a kísérleti személyek úgy vélték, hogy a másokra, azaz a „harmadik” személyekre öhozzájuk képest erőteljesebb hatást gyakorolnának az írások, és ezt a feltételezett hatást jellembeli hiányossággal (például hiszékenységgel) indokolták. Vagyis az egyén azt gondolja, hogy míg ő átlátja, érti a médiaeseményeket és -közléseket, mások kritikátlanul hitelt adnak azoknak.

Az *ötödik kognitív jellegű interpretáció* a sémaelméletre épül (Perloff, 1996). Az ember („Én”) olyan médiahatás-sémával rendelkezik, amelyben a közönség („Ők”) a média mágikuslövedék- vagy injekcióstű-hatás koncepciója szerinti „passzív birka” (az utóbbi Perloff megfogalmazása). Amikor valakinek felteszik a kérdést, becsülje meg, milyen hatással van rá a média, ezek a sémák aktiválódnak, és meghatározzák a kérdésekre adott válaszokat. Mindez attól függetlenül történik így, hogy a kérdéseket magánbeszélgetések vagy éppen tesztfeladatok keretében teszik fel (Eveland et al., 1999; McLeod et al., 1997). Tehát az azzal kapcsolatos vélekedés kialakítása során, hogy hozzánk képest másokra milyen mértékben hat a média, a sémák mint egyszerű heurisztikák befolyásolják a percepciót és az információfeldolgozást.

Perloff (2002) szerint a *hatodik lehetséges magyarázat* azzal kapcsolatos, hogy az emberek (azaz a nézők, az olvasók, a hallgatók) számára saját kognitív folyamataik csak igen korlátozottan férhetők hozzá (Nisbett & Wilson, 1977). Mivel a média befolyásával kapcsolatban rendelkeznek a másokra gyakorolt hatásokra vonatkozó sémákkal, azok jellegét, mértékét „meg tudják becsülni”. Ugyanakkor saját magunkkal kapcsolatban vagy a közönségről alkotott sémához kell nyúlnunk, vagy – a hiányzó információk következtében – óhatatlanul heurisztikák alkalmazására kényszerülünk.

Érdeemes még megemlíteni, hogy Sparks (2006) a harmadikszemély-hatás magyarázatával kapcsolatban utal Zimbardo, Ebbesen és Maslach (1977) elméletére. A szerzők szerint a személyes sérthetlenség illúziójából következően az agy mosással korábban nem találkozó személy úgy véli, hogy másokkal ellentétben őrá hatástalan az ilyen jellegű manipulációs eljárás. Vagyis az emberek úgy vélik, védettek a teljes nézet- és értékrendet átalakító pszichológiai befolyással szemben. Sparks szerint a sérthetlenség illúziójához hasonlóan a harmadikszemély-hatás esetében is veszélyes lehet az egyénre, ha azt az illúziót dédelgeti, hogy csak mások képtelenek védekezni a befolyásolási és manipulációs hatásokkal szemben. Ugyanakkor Wei Lo és Lu (2008) megállapította, ha az emberek felismerik, hogy a hírben megjelenő esemény rájuk nézve is veszélyes (például ilyen a madárinfluenza), ebből következően csökken az önmaguk és a mások közötti különbségtétel mértéke. Ez azonban nem szünteti meg azt a vélekedést, hogy másokban erősebb félelmet kelt a kérdéses hír.

## Vélekedések információhiány esetében

Az elmélet megfogalmazását követő években a harmadikszemély-hatást univerzális, minden tömegkommunikációs folyamat, mondhatni, immanens részét képező viszonyulásnak tartották a kutatók.<sup>6</sup> Az elmúlt két évtized kutatásai egyre nyilvánvalóbbá tették, hogy a hatással kapcsolatos (laikus, illetve nyilvánvalóan a szakértői) vélekedések a média hatásáról attól függenek, hogy milyen jellegű maga a műsor, illetve a hír, milyen maga a médium, a befogadó társadalmi, kulturális helyzete, képzettsége, attitűdje, a hírrel kapcsolatos érintettsége, érdekeltsége a médiumokkal, a műsorokkal és másokkal kapcsolatban.

Több, az 1980-as és az 1990-es évek fordulóján végzett vizsgálat során jelentős eltérést mutattak ki a harmadikszemély-hatás vélekedésében. Egy-egy populáción belül a megkérdezettek jelentős része közel azonos mértékű (kicsi vagy éppen nagy) hatást tételezett fel önmaga, illetve a harmadik személyek esetében, míg nem kevesen ellentétes harmadikszemély-hatást mutattak. Utóbbiak erősebb hatást gondoltak saját magukra nézve, gyengébbet másokra (Lasorsa, 1992).

A világ percepcióját és a megszerzett információ feldolgozását meghatározza az a mechanizmus, amely az evolúció során alkalmazkodást elősegítő válaszok létrehozására szelektálódott. A világ megismerése nem az érzékszervekkel, hanem az erre felkészült agy által történik (Pinker, 1997). Az elme információkezelésben játszott szerepének talán leglátványosabb változatai a kognitív elfogultságok vagy torzítások. Ezek a sajátos információkezelési „tévedések” alapvetően akkor játszanak szerepet, amikor az egyén olyan helyzetben von le következtetéseket, illetve alkalmaz vélekedéseket, ha a megfelelő logikus döntésekhez szükséges információ nem elegendő vagy egyáltalán nem áll rendelkezésére (Haselton et al., 2005).

Tversky és Kahneman szerint a valószínűségi előfordulással bekövetkező jelenségek kognitív értelmezésénél döntési hibák következnek be, amelyeket heurisztikus torzításoknak neveznek (Kahneman & Tversky, 1973, 1996; Tversky & Kahneman, 1971, 1974). Szerintük a heurisztikus ítéletek többsége nem a hétköznapi értelem szerinti torzítások, tévedések, hanem a hiányos információs helyzetekben segítik elő a döntéshozatalt. Éppen abból következően, hogy igen kevés és legtöbbször a könnyen hozzáférhető, illetve percepiálható, ugyanakkor egy esetleges racionális megfontolásnál nem lényegi információra támaszkodunk a döntéshozatal során, a heurisztikus

eljárások nemritkán téves ítéleteket is eredményeznek. Mások szerint a döntési hibák nem egy meghatározott kognitív eljárásnak, megítélési torzításnak, elfogultságnak a következményei, hanem a valószínűség koncepciójának, azaz a vélekedések szubjektív mérlegelésének származékai (Gigerenzen, 1991, 1996). A heurisztikák alkalmazása olyan ökológiai feltételek mentén hatékony, amelyek kevés információ mellett szinte azonnali válaszokat követelnek meg. Ez a gyors válaszadási készség egyben hozzájárulhat az Én felértékeléséhez, vagyis azon meggyőződésből is táplálkozhat, hogy másokkal szemben én azonnal tudom, hogy mi a helyzet, mit kell tennem („Én”), vagy mit kell tenned/tennetek/tennünk („Te”/„Ti”) (Andsager & White, 2007). Ugyanakkor Paek, Pan, Sun, Abisaid és Houden (2005) szerint a heurisztikus döntések, azaz a harmadikszemély-hatások feltételezése valóban kognitív tévedések, amelyek a bizonytalan helyzetekből következnek. Ilyenkor a rendelkezésre álló szűkös információ megakadályozza a médiameggyőzés (mindkét félre nézve – Én és Ők) gyenge hatásfokának megbízható felismerését, és az én, illetve a mások közötti különbségtételben jelentkező szakadék csökkentését. A bizonytalanságcsökkenés elvéből következően a hiányos információ heurisztikák alkalmazását eredményezi, így a harmadikszemély-hatás a társas címkézések alapján történő társadalmi megítéléshez, valamint megkülönböztetéshez vezet. Ez különösen akkor hangsúlyos, ha a médiatartalom és a mások, a kívülállók csoportja egyaránt erős normatív megítélés alá esnek. Ebben az esetben éppen nem heurisztikus, hanem szisztematikus, azaz racionális döntéssé válik a harmadikszemély-hatás mechanizmus. A jól azonosítható (és nem differenciálatlan), valamint bizonyos műsортípusok esetében meghatározott médiaviszonyulással jellemzett csoportoknál hajlamosak az emberek erős befolyásoltságot feltételezni (Reid & Hogg, 2005).

## **Valóban egyre agresszívabb társadalomban élünk? A gyilkosság történeti háttére**

A harmadikszemély-hatás jellegű vélekedést felerősíti a világ egyre erőszakosabb voltával kapcsolatos közbeszéd. Mekkora a diszkrepancia a percepiált és a való világ között? A harmadikszemély-hatás kialakulásának oka a valóságban vagy a szubjektumban keresendő? Mennyire tekinthető a modern társadalom agresszívnek? Kevesebb vagy több gyilkosságot követnek el napjainkban, mint a múltban?

A történeti kriminológiában nagy vita van azzal kapcsolatban, hogy az elmúlt évszázadok során milyen gyakori lehetett a bűnözés, hogyan változott a gyilkosságok elkövetésének száma az évszázadok során. Nos, a bizonyítékok arra utalnak, hogy a középkorban messze magasabb volt az emberöléseknek a lakosság számához viszonyított aránya, mint napjainkban.<sup>7</sup> Manuel Eisner (2003) szerint területtől függően hússzor, Európa egyes részein százszor több gyilkosságot követtek el, mint napjainkban. A gyilkosságok száma a nyugat- és közép-európai esetekhez képest magasabb volt a peremvidékeken, valamint keleten és a Balkánon. Monkkonen (2001) szerint ezek az arányszámok a valóságban minden bizonnyal magasabbak lehettek. Véleménye szerint az antropológiai leletek vizsgálatai (azaz a csontmaradványokon megfigyelhető sérülések) arra utalnak, hogy az elkövetett bűncselekményeknek mindössze tíz százaléka került a bíróságok elé.

Jelentősen befolyásolhatja az adatokat, hogy mit tekintettek gyilkosságnak évszázadokkal ezelőtt. Van-e különbség a mai, illetve a középkori gyilkosságkonceptiók között? Ez persze felvet további kérdéseket is. Léteztek-e a meghatározásban kulturális különbségek? Milyen cselekményeket tekintettek elfogadhatónak, illetve elfogadhatatlannak? Ezekből következik az a kérdés is, hogy mit tartottak erőszakosnak?

További gondot jelent az elkövetett gyilkosságok típusainak meghatározása. Eisner megemlíti, hogy sokszor jelent problémát az esetek tipológiai beosztása. A tanulmány szempontjából nyilvánvalóan fontos megkülönböztetni a személyközi konfliktusok, a vagyonszerzés és a más hasonló okból elkövetett emberölési eseteket például az újszülöttgyilkosságoktól. A utóbbiak elkövetői azonban alapvetően az anyák, tehát ha meghatározható, hogy az elkövetők férfiak vagy nők, az összehasonlítás alapján levont következtetések megbízhatóbbaknak tekinthetők. Ez azért lehet lényeges, mert a számunkra fontos agressziótípusok (amelyek összekapcsolhatók a jelenkori média hatásaival és a többnyire alkalmazott erőszakkonceptióval) alapvetően a férfiak által elkövetett bűncselekményekben reprezentálódnak.

Eisner (2003) szerint nincs ok azt feltételezni, hogy a gyilkosság évszázadokkal korábbi koncepciója eltérne mai felfogásunktól. Philippe de Beaumanoir, aki a 13. században a francia kancellária hivatalnok volt, a következőképpen határozta meg a gyilkosságot: „Gyilkosság az, amikor valaki megöli a másikat a harc hevében, amely során a feszültség sértegetéssé, a sértegetés harccá válik, és amelyben az egyik fél gyakran meghal.”<sup>8</sup>

Több vizsgálat is alátámasztja azt a vélekedést, hogy a gyilkosságok száma és arányának alakulása megbízhatóan jelzi más erőszakos bűncselekmények (rablás, nemi erőszak, garázdaság) elkövetésének az alakulását (nemzetközi összehasonlítás alapján Eisner, 2002; az USA-ban elkövetett esetek alapján Langan & Farrington, 1998).<sup>9</sup>

Az emberölési esetek magasabb halálozási aránya elvileg az orvosi technika fejletlenségéből is következhetett, mondja Eisner, de több vizsgálat is alátámasztja, hogy az áldozatok 30-40 százaléka a jelenkori ellátási viszonyok mellett sem lenne megmenthető, és szintén ekkora arányuknak lenne csak minimálisan több esélye a túlélésre.

Eisner (2003) tehát arra hívja fel a figyelmet: több európai terület kriminalisztikai adatai is jelzik, hogy az évszázadok során az elkövetett gyilkosságok száma gyakorlatilag mindenütt csökkent. Ezen általános tendencia mögötti alapvető változás a férfiak közötti, valamint a vagyonosak „személyközi konfliktusai” (Eisner megfogalmazását idézve) során tapasztalt emberölések számának jelentős visszaesése. Biztosan állíthatjuk, noha ellenőrzésre várna egy ilyen hipotézis, hogy mindebben az általános jólét, valamint a politikai és gazdasági stabilitás növekedése játszhatott szerepet. Eisner egyébként Elias (1978) elméletére hivatkozva a civilizáltság növekedését tekinti a meghatározó tényezőnek, amely szerepet játszott az ellenfél megölése helyett a konfliktusok kevésbé agresszív megoldásainak alkalmazásában.



Levonhatjuk tehát a következtetést, hogy a média negatív hatásával kapcsolatos félelmek okait nem az aktuális valóságban zajló eseményekben kell keresnünk.

## Az agressziótól való félelem adaptív szabályozó mechanizmusa

Az agressziótól, az erőszaktól való félelem megfogalmazása messze a történelmi múltban ered. Mai változatai egyikének tekinthetjük a médiaerőszak veszélyeiről szóló, lassan száz éve tartó diskurzust (Bajomi-Lázár, 2004). A médiahatás-kutatás egymást követő periódusainak minden felfogásbeli különbsége ellenére többé-kevésbé folyamatos maradt az a meggyőződés, hogy a tömegkommunikáció sugallja és gerjeszti az agresszió alkalmazását.

Érdekes azonban elgondolkodni azon, hogy e félelmek szerveződését, irányultságát befolyásolják-e olyan tényezők, amelyek az evolúciós viselkedéstudományok tárgykörébe tartoznak. Képes-e releváns állítások vagy tesztelhető hipotézisek felállítására az evolúciós pszichológia? A kérdésfeltevés azonban nem veszélytelen. Egy lehetséges magyarázó modell a felelősség hatékony elhárítását okozhatja, vagy a rá való hivatkozás akár inspirálhatja a meglévő vagy készülő szabályozások elvetését: azt sugallhatja, hogy nincs igazán szükség a szabályozásra, mert a félelmek eredeti okai a társadalom és a kultúra kialakulásával, fejlődésével érvényüket veszítették. De a másik oldal is találhat benne kapaszkodót saját álláspontja igazolására. A befolyásolás hatásától való félelem a múltból ered, reális mechanizmusokon alapul, amelyek adaptív szerepe a védekezés, a felesleges kockázatvállalás és a kár elkerülése. Íme itt az ok, ami indokolja a média szorosabb szabályozását és ellenőrzését.

Lássuk tehát Haselton és Buss (2000) *hibakezelő elméletét (error management theory)*, amely igencsak friss, így a médiaerőszak-vitában csak hipotézisek felállításában segíthet bennünket, hiányzik a megerősítő empirikus igazolás. Az elmélet azonban – mint Haselton és Buss megmutatták – tesztelhető. Alkalmazásával az agresszió kockázatát elkerülő, az erőszakos viselkedéssel szembeni attitűdöt aktiváló kognitív mechanizmus szerepe helyezhető szelekciós dimenzióba.

A koncepció megértéséhez tegyünk egy kis kerülőt. A hibakezelő elméletet Martie Haselton & David Buss (2000) a nemek közötti interakciók kommunikációs mechanizmusán tesztelték. Azt tapasztalták, hogy a párválasztáshoz kötődő döntésekben olyan tévedések valósulnak meg, amelyek adaptív szabályok szerint értelmezhetők, és feltételezhetően szelekciós előnyt biztosítottak birtokosának.

A szexuális szándékok esetében megfigyelhető egy téves megítélés, vagyis hogy a férfiak hajlamosak túlértékelni a nők nemi kapcsolatra való hajlandóságát. Ezt Abbey (1982) a nemi szocializáció, az eltérő nemi sztereotípiák negatív következményének tekintette. Vagyis az ő megítélése alapján a nemek között tapasztalható, a nemi vágygal kapcsolatos döntési mechanizmust inkább egy szisztematikus kognitív eljárás következményének tekinthetnénk, mint kognitív torzításon alapuló heurisztikus folyamatnak.

Buss és Haselton evolúciós okokat határoztak meg a mechanizmus létrejötténél. Jósolható következetességgel ismétlődő helyzetekben, ahol a döntések erős szelekciós nyomásnak vannak kitéve, adaptív előnyt jelenhet, ha az emberi elmében olyan döntési algoritmusok evolválódnak, amelyek bizonyos típusú hibákat másokhoz képest inkább elkövetnek (Cosmides & Tooby 1996). A hibakezelő elmélet szerint a döntéshozatal során kétféle hiba következhet be. Az egyik a *pozitív tévedés* (elfogadni egy vélekedést, amely hibás), és a *negatív tévedés* (nem elfogadni, azaz elvetni egy vélekedést, amely igaz). Egy lehetséges pontosabb ítélettel azonban a döntéshozó nem tudja egyszerre mindkét hiba költségét csökkenteni. Csak az egyik esetében mérsékelheti a kockázatot, de az azzal jár, hogy a másik típusnál növekszik a veszteség. Ha tehát az egyik tévedést a precízebb mérlegeléssel minimalizáljuk, az óhatatlanul azzal jár, hogy a másik típusú hibánál növekedni fog a tévedés esélye. Azt a hibát „érdemes” tehát elkövetni, amelyik kisebb kockázattal jár.

Az első típusú hiba (a pozitív tévedés) a legtöbbször nagyobb veszteséggel jár, mint a második típusú, a hibázás. Ezért az ember arra törekszik, hogy például a pozitív tévedés következményeit csökkentendő, növelje a negatív tévedésnél a kockázatot. A tudományos kutatásban az első típusú hiba a felállított hipotézis tesztelése (elfogadni a hipotézist, ami nem igaz), amely esetben a tévedés súlyos következményekkel járhat. Ezért inkább a hipotézis felállítását végzik kevésbé precízen (elvetni egy vélekedést, amely igaz), mert egy vagy több hibás hipotézis megfogalmazása és ellenőrzése nem okozhat annyi bajt, mint bármelyiknek is a felületes statisztikai tesztelése.

A tűzvédelmi rendszereknél fordított a helyzet. A nagyszámú téves riasztás a túl érzékenyre állított riasztó aktiválódásai miatt kisebb kárt okoz, mintha a kevésbé pontos (és zavaró) beállítás miatt „elnéz” egy valódi tüzet.

Ha Buss és Haselton szerint a szexuális motiváltság nemhez kötődő megítélési torzítását az elmélet szerint értékeljük, fontos megállapításokat tehetünk. A nők esetében adaptív előnyt jelenthet, ha a döntéshozó pszichológiai algoritmusai precízebb az első típusú döntés esetében. A pozitív hiba, vagyis az, ha a férfi szexuális motiváltságát magasnak ítéli, azzal a következménnyel járhat, hogy a kevésbé motivált férfi nem tart ki mellette, nem nyújt segítséget a megszülető gyermek gondozásánál. A negatív hiba, vagyis az, ha alulbecsüli a férfi szándékait, nem okoz nagyobb kockázatot, mert legfeljebb egy potenciális partnert veszít el, de lehetősége van a későbbiekben egy másikra. A lassú vagy hosszú távú reprodukciós stratégiával rendelkező félnek mindig több lehetősége van partnert választani, mint a gyors vagy rövid idejű stratégiát folytató nemnek.<sup>10</sup>

A férfiak esetében a téves döntések költségeloszlása a nőkéhez képest ellentétes képet mutat. A pozitív tévedés (I. típusú hiba) azt eredményezi, hogy túlbecsülik a nők szexuális (reproduktív) hajlandóságát, ami azt eredményezheti, hogy gyakran kerülnek szembe az értetlenséggel és a visszautasítással. Ennek költségei azonban elhanyagolhatók ahhoz képest, ha nem jutnak reprodukciós partnerhez. Ha alulbecsülik a nők motiváltságát (II. típusú hiba), elszalaszthatnak olyan nőt, nőket, akik potenciális partnerek, általuk növelhetnék reprodukciós sikerüket. Adaptív előnnyel járhat tehát, hogy a partnerválasztásnál a férfiak túlbecsülik, illetve szexuális

üzenetnek értelmezzék a nők baráti kommunikációját, kevésbé legyenek érzékenyek a nem verbális jelzések differenciálásánál. A nők számára éppen a magasabb differenciálóképesség teszi lehetővé, hogy csökkentsék a magányos terheesség kockázatát, vagyis a pozitív-negatív tévedési mechanizmus esetében az előbbinél, tehát az I. típusú hibánál előnyös, ha evolválódik az erőteljesebb differenciálóképesség, vagyis hibakiküszöbölő algoritmus.

Közismert, hogy a médiaagresszió és a vizsgálatok során tapasztalható agresszióváltozás között meglehetősen alacsony korrelációs értékeket mutatnak ki a kutatások. Ha a médiának tulajdonított negatív hatás mértékének eltúlzási okait szeretnénk megismerni, érdemes a döntéshozatallal kapcsolatos pszichológiai elméletek felé fordulni. Azok szerint a téves döntések – tekintsük első lépésként a média negatív hatásának feltételezését – az egyén hiányos tapasztalataira, a társas, társadalmi közegéből eredő téves információk iránti fogékonyságára, illetve a fent említett heurisztikus döntéseken alapuló harmadikszemély-hatásokra vezethetők vissza. Származhatnak ugyanakkor a folyamatok torzított percepciójából is, vagyis a nem negatív hatások negatív megítéléséből vagy például csupán a vélekedést alátámasztó információk torzítottan szelektív figyelembevételéből is. Abban az esetben, ha az I. típusú hiba következik be, azaz túlértékeljük a médiából származó kockázatokat, pozitív tévedést követünk el. A következménye a túlzott félelem negatív, azaz a harmadikszemély-hatás tulajdonítása, a bizalmatlanság és a „túlzott” szabályozás követelése. George Gerbner kultivációs elméletéhez kapcsolódó kutatásai alapján arra a következtetésre jutott, hogy a médiában bemutatott, a valóságosnál gyakoribbnak érzékelt brutalitás, erőszak, torz világszemlélet kialakulását eredményezheti.

Az emberek veszélyesebbnek, félelmetesebbnek ítélik meg a világot, mint amilyen az valójában. Könnyebben fogadják el a szigorú szabályozást és erősebb hatalmat igényelnek. Ez alapvetően a „megszállott”, nem szelektáló médiafogyasztóra jellemző. Az idősek, elsősorban a nők, jelentős arányban képezik ezt a társadalmi csoportot.

A hibakezelő elmélet alapján nyilvánvaló, hogy azoknak jelenthet szelektív előnyt veszélyesebbnek ítélni a környezetet, akik kevésbé képesek magukat megvédeni. Felállíthatunk több tesztelendő és ellenőrizhető hipotézist is:

(1) Azok látnak nagyobb veszélyt a tömegkommunikációban, azok ítélik meg erőteljesebbnek a hatását, azokra jellemző a harmadikszemély-hatás elméletnek az érvényesülése, akik magasabb társadalmi státusban a fennálló forráselosztás stabilizálásában érdekeltek.

(2) Várhatóan adott életkor, társadalmi státus és iskolai végzettség esetében a nők nagyobb kockázatot tulajdonítanak a tömegkommunikációban megjelenített agresszióknak, mint a férfiak.

(3) A fiatalok, különösen a fiúk kisebb negatív hatást tételeznek a médiának, mint az idősek.

(4) Végül, a magányosak nagyobb kockázati tényezőnek ítélik meg a médiaagressziót, mint a kiterjedt társas kapcsolatú egyének.

Nézzük meg azért a kérdés másik felét is. A negatív tévedés (II. típusú hiba) esetében nagyobb a hibás döntéssel együtt járó kockázat (elvetni egy vélekedést, amely igaz). Alulértékelve a média negatív hatását, az esetleg valóban feszültséget kiváltó, agresszív viselkedést aktiváló médiareprezentációk rettentő károkat okozhatnak. Más szóval: az említett közönségtípusoknak előnyösebb túlzott szigorú elvárniuk a szabályozásban, mint arra ösztökélniük a kutatókat, hogy a lehető legpontosabban „mérjék ki” a befolyás mértékét, hogy ahhoz igazítsák a politikai döntéshozók és az államigazgatási szakemberek a rendeleteket és törvényeket. Nyilvánvaló azonban, hogy a túlszabályozás a másik fél számára felesleges korlátokat jelenthet, és annak áthágására ösztönöz.

A politikus vagy a magát veszélyeztetettnek, kiszolgáltatottnak vélő néző érdekelt abban, hogy az „erőszakkal” jellemezzen vagy éppen a „káros” politikai befolyásra fogékonynak ítéljen társadalmi csoportokat mint médiaközönséget. A szélsőségesnek láttatott csoportokkal kapcsolatos attitűd, a róluk szóló kommunikáció akár a végletekig fokozhatja a támogatókban a harmadikszemély-heurisztikák alkalmazását, amely a kérdéses rétegek akár szélsőségesen leegyszerűsített, sztereotipizált képét vonhatja magával (Millar & Tesser, 1986). Ugyanakkor a felkészült hívek differenciált sémái a médiának „kiszolgáltatott” nézői csoportokat mind markánsabb jellemzőkkel társítják, ami a velük kapcsolatos attitűdök szélsőségesebb változatait eredményezheti. Egyre biztosabb ezáltal tehát a meggyőződés, hogy a kiszolgáltatottakat meg kell védeni a médiától. Ne feledjük, hogy ezeket a törekvéseket többnyire a természetes alkalmazkodás és védekezés motiválja. Ugyanakkor nem kétséges, hogy a határ nem éles a védekezés és a politikai manipuláció között. Hisz a fentivel ellentétes költség-nyereség viszonyok jellemzik a média politikai befolyásával kapcsolatos vélekedéseket. Kevésbé kockázatos hinni az erős hatásban, és törekedni a média irányítására, mint elhanyagolva az esetleges befolyást nagyot bukni.

## Befejezés

Függetlenül azonban attól, hogy van-e hatása a médiában látható agresszív műsoroknak, és az milyen mértékű, nem meglepő, hogy több kutató is felhívja a figyelmet a politikusok felelősségére. A probléma megértése helyett a politikus és a középosztály értékrendjét képviselő aktivista – megriadva az alsó osztály erőszakos, destruktív és egyre növekvő tömegétől – a média ellenőrzésének megszerzésére törekszik. Saját, hirdett erkölcséből kiindulva jogot formál arra, hogy a társadalmat és az alsó rétegeket önmagától is megvédje (Livingston, 1996).

Nyilvánvaló, hogy a médiaerőszak-viták ismételt gerjesztése helyett az agresszió csökkentése érdekében sokkal hatékonyabb szociálpolitikai lépéseket kellene életbe léptetniük. Ezek elengedhetetlenek, sőt gyakorlatilag előfeltételeinek tűnnek abból a szempontból, hogy az erőszakcsökkentő szociális segítő és mediatori programokat a siker reményével lehessen alkalmazni (Junger et al., 2007).

Tudjuk, hogy a politikusok döntéseit és programjait alapvetően determinálják meg-, illetve újraválasztásukkal kapcsolatos érdekeik. Nem meglepő, hogy ebből a szempontból egyszerűbb, gyakorlatilag kockázatmentes, egyben költségkímélő is látványos kampányokkal a médiumokra hárítani az agresszió miatti felelősséget. Ehhez képest sokkal problematikusabb finansiális szempontból kockázatosnak ítélt, máshonnan elvont összegekkel a szociális biztonság megteremtése érdekében az erőszakot és a bűnözést megelőzendő, hatékonyabb társadalmi programokkal előállni.

## Bibliográfia

- Abbey, A. (1982): Sex Differences in Attributions for Friendly Behavior: Do Males Misperceive Females' Friendliness? *Journal of Personality and Social Psychology*, 42: 830-838.
- Alicke, M. D. & Klotz, M. L. & Breitenbecher, D. L. & Yurak, T. J. & Vredenburg, D. S. (1995): Personal Contact, Individuation, and the Better-than-average Effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 804-825.
- Anderson J. A. (2008): Introduction. *American Behavioral Sciences*, 51: 1059-1060.
- Anderson, C. A. & Berkowitz, L. & Donnerstein, E. & Huesmann, L. R. & Johnson, J. D. & Linz, D. & Malamuth, N. M. & Wartella, E. (2003): The Influence of Media Violence on Youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4: 81-110.
- Andsager, J. L. & White, H. A. (2007): *Self Versus Others. Media, Messages, and the Third-Person Effect*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Angelusz R. (2000): *A láthatóság görbe tükrei. Társadalompolitikai tanulmányok*. Budapest: Új Mandátum.
- Bajomi-Lázár P. (2004): A médiapesszimizisták. *Élet és Irodalom*, november 26.
- Bajomi-Lázár P. (2006): *Média és társadalom*. Budapest: PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány.
- Bandura, A. (1965): Influence of Models' Reinforcement Contingencies on the Acquisition of Imitative Responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1: 589-595.
- Bandura, A. (1973): *Aggression: A Social Learning Analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986): *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. & Ross, D. & Ross, S. A. (1961): Transmission of Aggression through Imitation of Aggressive Models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582.
- Bandura, A. & Ross, D. & Ross, S. A. (1963a): A Comparative Test of the Status Envy, Social Power, and Secondary Reinforcement Theories of Identificatory Learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 527-534.
- Bandura, A. & Ross, D. & Ross, S. A. (1963b): Imitation of Film- Mediated Aggressive Models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 3-11.
- Bandura, A. & Ross, D. & Ross, S. A. (1963c): Vicarious Reinforcement and Imitative Learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 601-607.
- Bereczkei T. (2003): *Evolúciós pszichológia*. Budapest: Osiris.
- Berelson, B. R. & Lazarsfeld, P. F. & McPhee, W. N. (1954): *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Berkowitz, L. (1984): Some Effects of Thoughts on the Anti- and Prosocial Influences of Media Events: A Cognitive Neoassociationistic Analysis. *Psychological Bulletin*, 95: 410-427.
- Berkowitz, L. (1993): *Aggression: Its Causes, Consequences, and Control*. New York: McGraw-Hill.
- Brown, J. D. (1986): Evaluation of Self and Others: Self Enhancement Bias in Social Judgment. *Social Cognition*, 4, 353-376.
- Buss, D. M. (1995): Evolutionary Psychology: A New Paradigm for Psychological Science. *Psychological Inquiry*, 6: 1-30. [Evolúciós pszichológia: Új paradigma a pszichológia tudománya számára. In: Pléh Cs. & Csányi V. & Bereczkei T., szerk. (2001): *Lélek és evolúció. Az evolúciós szemlélet és a pszichológia*. Budapest: Osiris, 376-425.]
- Buss, D. M. & Kenrick, D. T. (1998): Evolutionary Social Psychology. In: Gilbert, D. T. & Fiske, S. T. & Lindzey, G. (eds): *Handbook of Social Psychology* (Vol. 2, 4th edition.). New York: McGraw-Hill. 982-1026.
- Campbell, A. (1999): Staying Alive: Evolution, Culture, and Women's Intrasexual Aggression. *Behavioral and Brain Sciences*, 22: 203-214.
- Chia, S. C. & Lu, K-H. & McLeod, D. M. (2004): Sex, Lies, and Video Compact Disc: A Case Study on Third-Person Perception and Motivations for Media Censorship. *Communication Research*, 31: 109-130.

- Cohen, J. & Weimann, G. (2008): Who's Afraid of Reality Shows? Exploring the Effects of Perceived Influence of Reality Shows and the Concern Over Their Social Effects on Willingness to Censor. *Communication Research*, 35: 382-397.
- Cosmides, L. & Tooby, J. (1996): Are Humans Good Intuitive Statisticians After All? Rethinking Some Conclusions from the Literature on Judgment under Uncertainty. *Cognition*, 50: 41-77.
- Coyne, S. (2007): Does Media Violence Cause Violent Crime? *European Journal on Criminal Policy and Research*, 13: 205-211.
- Davison, W. P. (1983): The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- Draper, P. & Harpending, H. (1982): Father Absence and Reproductive Strategy: An Evolutionary Perspective. *Journal of Anthropological Research*, 38: 255-273.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1970): *Ethology, the Biology of Behavior*. Holt: Rinehart & Winston.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1979): Ritual and Ritualization from a Biological Perspective. In: von Cranach, M. & Foppa, F. (eds): *Human Ethology. Claims and Limits of a New Discipline*. Cambridge, Cambridge University Press, 3-55.
- Eisner, M. (2002): Crime, Problem Drinking, and Drug Use: Patterns of Problem-behavior in Cross-national Perspective. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 580: 201-225.
- Eisner, M. (2003): Long-term Historical Trends in Violent Crime. In: Tonry, M. (ed.): *Crime and Justice. A Review of Research, Vol. 30*, Chicago and London: University of Chicago Press. 83-142.
- Elias, N. (1978): *The Civilizing Process. Vols. 1-2*. Oxford: Oxford University Press. [A civilizáció folyamata. 2., javított kiadás. Budapest: Gondolat. 2004.]
- Eller, J. D. (2006): *Violence and Culture*. Belmont, CA: Thomson & Wadsworth.
- Eron, L. D. (1982): Parent-child Interaction, Television Violence and Aggression of Children. *American Psychologist*, 42: 435-442.
- Eveland, W. P. & Nathanson, A. I. & Detenber, B. H. & McLeod, D. M. (1999): Rethinking the Social Distance Corollary: Perceived Likelihood of Exposure and the Third-Person Perception. *Communication Research*, 26: 275-302.
- Felson, R. B. (1996): Mass Media Effects on Violent Behavior. *Annual Review of Sociology*, 22: 103-128.
- Fitzpatrick, M. A. & Caughlin, J. P. (2002): Interpersonal Communication in Family Relationships. In: Knapp, M. L. & Daly, J. A. (eds): *Handbook of Interpersonal Communication. Third Edition*. Thousand Oaks, Sage. 726-778.
- Gatti, U. & Tremblay, R. E. (2005): Social Capital and Physical Violence. In: Tremblay, R. E. & Hartup, W. W. & Archer, J. (eds): *Developmental Origins of Aggression*. New York and London: The Guilford Press. 398-424.
- Gigerenzer, G. (1991): How to Make Cognitive Illusions Disappear: Beyond "Heuristics and Biases." In: Stroebe, W. & Hewstone, M. (eds): *European Review of Social Psychology, Vol. 2*. Chichester, Wiley. 83-115.
- Gigerenzer, G. (1996): On Narrow Norms and Vague Heuristics: A Rebuttal to Kahneman and Tversky. *Psychological Review*, 103: 592-596.
- Glynn, C. J. & Ostman, R. E. (1988) Public Opinion about Public Opinion. *Journalism Quarterly*, 65, 299-306.
- Graham, H. D. & Gurr, T. R. (1969): *Violence in America: Historical and Comparative Perspective: A Report to the National Commission on the Causes and Prevention of Violence*. Washington, DC: Government Printing Office.
- Grimes, T. & Bergen, L. (2008): The Epistemological Argument Against a Causal Relationship Between Media Violence and Sociopathic Behavior Among Psychologically Well Viewers. *American Behavioral Sciences*, 51: 1137-1154.
- Grimes, T. & Anderson J. A. & Bergen, L. (2008): *Media Violence and Aggression: Science and Ideology*. Los Angeles, CA: Sage.
- Gunther, A. C. (1991): What We Think Others Think: Cause and Consequence in the Third-Person Effect. *Communication Research*, 18, 355-372.
- Gunther, A. C. (1995): Overrating the X-Rating: The Third-Person Perception and Support for Censorship of Pornography. *Journal of Communication*, 45: 21-39.
- Gunther, A. C. (1998): The Persuasive Press Inference: Effects of Mass Media on Perceived Public Opinion. *Communication Research*, 25, 486-504.
- Gunther, A. C. & Thorson, E. (1992): Perceived Persuasive Effects of Product Commercials and Public Service Announcements: Third-Person Effects in New Domains. *Communication Research*, 19, 574-596.

- Haselton, M. G. & Buss, D. M. (2000): Error Management Theory: A New Perspective on Biases in Cross-sex Mind Reading. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78: 81-91.
- Haselton, M. G. & Nettle, D. & Andrews, P. W. (2005): The Evolution of Cognitive Bias. In: Buss, D. M. (ed.): *The Handbook of Evolutionary Psychology*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 724-746.
- Huesman, L. R. (1988): An Information Processing Model for the Development of Aggression. *Aggressive Behavior*, 14: 13-24.
- Huesmann, L. R. & Lagerspetz, K. & Eron, L. D (1984): Intervening Variables in the Television Violence-Aggression Relation: Evidence from Two Countries. *Developmental Psychology*, 20: 746-775.
- Huesmann, L. R. & Eron, L. D. & Lefkowitz, M. M. & Walder, L. O. (1984): Stability of Aggression over Time and Generations. *Developmental Psychology*, 20, 1120-1134.
- Jones, E. E. & Nisbett, R. E. (1972): The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior. In: Jones, E. E. & Kanouse, D. & Kelley, H. H. & Nisbett, R. E. & Valins, S. & Weiner, B. (eds): *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior*. Morristown, NJ: General Learning Press, 79-94.
- Junger, M., Feder, L. & Côté, S. M., (2007): Policy Implications of Present Knowledge on the Development and Prevention of Physical Aggression. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 13: 301-326.
- Junger, M. & Feder, L. & Clay, J. & Côté, S. M. & Farrington, D. P. & Freiberg, K. & Genovés, V. G. & Homel, R. & Lösel, F. & Manning, M. & Mazerolle, P. & Santos, R. & Schmucker, M. & Sullivan, C. & Sutton, C. & van Yperen, T. & Tremblay, R. E. (2007): Preventing Violence in Seven Countries: Global Convergence in Policies. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 13: 327-356.
- Langan, P. A. & Farrington, D. P. (1998): *Crime and Justice in the United States and in England and Wales, 1981-1996*. Washington, DC: U.S. Department of Justice, Office of Justice Programs, Bureau of Justice Statistics.
- Lasorsa, D. L. (1992): Policymakers and the Third-person Effect. In: Kennamer, J. D. (ed.): *Public Opinion, the Press, and Public Policy*. Westport, CT: Praeger. 163-175.
- Lazarsfeld, P. F. & Berelson, B. & Gaudet, H. (1944): *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Lee, A. & Lee, E. B. (1939): *The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches*. New York, Harcourt, Brace.
- Livingstone, S. (1996): On the Continuing Problem of Media Effects. In: Curran, J. & Gurevitch, M. (eds): *Mass Media and Society*. London: Arnold, 305-324.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1973): On the Psychology of Prediction. *Psychological Review*, 80: 237-251.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1996): On the Reality of Cognitive Illusions. *Psychological Review*, 103: 582-591.
- Mascie-Taylor, C. G. N. (1988): Assortative Mating for Psychometric Characters. In: Mascie-Taylor, C. G. N. & Boyce, A. J. (eds): *Human Mating Patterns*. Cambridge, Cambridge University Press. 61-82.
- Maume, M. O. & Lee, M. R. (2003): Social Institutions and Violence: A Sub-national Test of Institutional Anomie Theory. *Criminology*, 41: 1137-1172.
- McLeod, D. M. & Eveland, W. P. & Nathanson, A. I. (1997): Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the Third-Person Effect. *Communication Research*, 24, 153-174.
- Millar, M. G. & Tesser, A. (1986): Thought-Induced Attitude Change: The Effects of Schema Structure and Commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51: 259-269.
- Mullen, B. & Atkins, J. L. & Champion, D. S. & Edwards, C. & Hardy, D. & Story, J. E. & Vanderklok, M. (1985): The False Consensus Effect: A Meta-analysis of 115 Hypothesis Tests. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21: 262-283.
- Nisbett, R. E. & Wilson, T. D. (1977): Telling More than We Can Know: Verbal Reports on Mental Processes. *Psychological Review*, 84, 231-259.
- Noelle-Neumann, E. (1984): *The Spiral of Silence: Public Opinion-Our Social Skin*. Chicago, University of Chicago Press.
- Pampel, F. C. & Gartner, R. (1995): Age Structure, Socio-Political Institutions, and National Homicide Rates. *European Sociological Review*, 11: 243-260.
- Paek, H-J. & Pan, Z. & Sun, Y. & Abisaid, J. & Houden, D. (2005): The Third-Person Perception as Social Judgment: An Exploration of Social Distance and Uncertainty in Perceived Effects of Political Attack Ads. *Communication Research*, 32, 143-170.

Perloff, R. M. (1989): Ego-Involvement and the Third Person Effect of Televised News Coverage *Communication Research*, 16, 236-262.

Perloff, R. M. (1996): Perceptions and Conceptions of Political Media Impact: The Third-Person Effect and Beyond. In: Crigler, A. N. (ed.): *The Psychology of Political Communication*. Ann Arbor, University of Michigan Press.

Perloff, R. M. (2002):. The Third Person Effect. In: Bryant, J. & Zillmann, D. (eds): *Media Effects. Advances in Theory and Research. Second Edition*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 489-506.

Pinker, S. (1997): *How the Mind Works*. New York: W. W. Norton. [*Hogyan működik az elme*. Budapest: Osiris, 2002.]

Reid, S. A. & Hogg, M. A. (2005): A Self-categorization Explanation for the Third-person Effect. *Communication Research*, 31: 129-161.

Rojas, H. & Shah, D. V. & Faber, R. J. (1996): For the Good of Others: Censorship and the Third-person Effect. *International Journal of Public Opinion Research*, 8: 163-186.

Rousseaux, X. (1999): From case to crime: Homicide regulation in medieval and modern Europe. In: Willoweit, D. (ed.): *Die Entstehung des öffentlichen Strafrechts: Bestandsaufnahme eines europäischen Forschungsproblems*. Cologne: Böhlau.

Shafir, E. & LeBoeuf, R. A. (2002): Rationality. *Annual Review of Psychology*, 53: 491-517.

Savage, J. (2004): Does Viewing Violent Media Really Cause Criminal Violence? A Methodological Review. *Aggression and Violent Behavior*, 10: 99-128.

Savolainen, J. (2000): Inequality, Welfare state, and Homicide: Further Support for the Institutional Anomie Theory. *Criminology*, 38: 1021-1042.

Smith, E. R. & Mackie, D. M. (2000): *Social Psychology*. New York: Worth Publishers [*Szociálpszichológia*. Budapest, Osiris, 2001.]

Sparks, G. G. (2006): *Media Effects Research. A Basic Overview. Second Edition*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Thornhill, R. & Gangestad, S. W. (1993): Human Facial Beauty: Averageness, Symmetry and Parasite Resistance. *Human Nature*, 4: 237-270.

Trivers, R. L. (1972): Parental Investment and Sexual Selection. In: Cambell, B. (ed): *Sexual Selection and the Descent of Man, 1871-1971*. Chicago, IL: Aldine. 136-179.

Tóth P. I. (2005): Miért vonzó a rossz hír? Adaptív algoritmusok szerepe a médiahasználó választásában. *Médiakutató*, 6/4/: 7-32.

Tóth P. I. (2007): A médiahatás-kutatás problémái: Az agresszió és az erőszak rekonceptualizálása. *Médiakutató*, 8/4/: 81-97.

Tóth P. I. & Gál Sz. & Tóth B. (2004): A szappanoperákban megjelenő agresszió hatása a női nézőkre: egy evolúciós pszichológiai megközelítés lehetősége. In: Ivaskó L. (szerk.): *A kommunikáció útjai*. Budapest: Gondolat-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 29-56.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1971): Belief in the Law of Small Numbers. *Psychological Bulletin*, 76: 105-110.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1974): Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185: 1124-1131.

Vallone, R. P. & Ross, L. & Lepper, M. R. (1985): The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49: 577-585.

Webster, J. G. (1998):. The Audience. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 42: 190-207.

Wei, R. & Lo, V-H. & Lu, H-Y (2008): Intentions Among Media Exposure, Presumed Media Influence, and Behavioral Third-Person Effects of Health News: Exploring the Relationships. *American Behavioral Scientist*, 52: 261-277.

Weinstein, N. D. (1980): Unrealistic Optimism about Future Life Events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 806-820.

Weinstein, N. D. (1989): Effects of Personal Experience on Self-protective Behavior. *Psychological Bulletin*, 105, 31-50.

Wills, T. A. (1981): Downward Comparison Principles in Social Psychology. *Psychological Bulletin*, 90, 245-271.

Wilson, M. & Daly, M. (1985): Competitiveness, Risk Taking, and Violence: The Young Male Syndrome. *Ethology*

## Lábjegyzetek

1

Az evolúciós viselkedéstudományok közül az agressziót elsősorban az etológia, a szociobiológia és az evolúciós pszichológia, az evolúciós antropológia, valamint a viselkedésokológia keretében vizsgálják.

2

A szülőiráfordítás-elméletet (Tóth, 2005), a rokoni, illetve reciprok altruizmus elméletét (Tóth, 2007) korábbi, a *Médiakutatóban* megjelent tanulmányokban ismertettem. A *fiatalhím-szindróma* a hímek (férfiak) agressziójának intraszexuális (nemen belüli) kompetíciós értelmezését taglalja (Wilson & Daly, 1985). Azaz az agresszió előfordulása, illetve a kamasz fiúknak és a fiatal férfiaknak egy populációban megfigyelhető létszamaránya között pozitív kapcsolat figyelhető meg. Az apaitávollét-hipotézis elsősorban a lányok fejlődésének felgyorsulását értelmezi. Azt feltételezi, hogy az egyedfejlődés megváltozása adaptív válasznak tekinthető a bizonytalanra váló környezeti feltételek ellensúlyozására (Draper & Harpending, 1982). A homogámia a párválasztás szelektáló jellegét emeli ki. Partnerválasztáskor a hasonlóság alapján történő döntést elősegítő pszichológiai mechanizmusok a kapcsolat tartósságát és reprodukciós sikerét segítik elő (Mascie-Taylor, 1988). A fluktuáló aszimmetria fogalmán a fejlődés során bekövetkező, tehát nem genetikailag kódolt, azaz irányított, a szabályos (testi, arc-)szimmetriától történő eltérést értjük. Ezek mint fitneszindikátorok jelzik az egyén ellenálló képességét a fertőzésekkel vagy számos pszichológiai rendellenességgel szemben (Thornhill & Gangestad, 1993).

3

A médiaerőszak kérdéséről korábbi lapszámainkban lásd még Szilády Szilvia és Baranyai Eszter „A kiskorúak védelme és a televízió. Általános iskolások szülei a kiskorúakra ártalmas televíziós tartalmakról” (2002. ősz), Kálmos Borbála „Az erőszakosság relativitásának elmélete. Az anime fogadtatása Magyarországon”, valamint Stachó László és Molnár Bálint „Médiaerőszak: tények és mítoszok” (2003. tél) című írását – a szerk.

4

A közönség konceptualizációjának lehetséges típusait Webster (1998) tekinti át tanulmányában.

5

Graham és Gurr (1969) tanulmányát Grimes, Anderson és Bergen (2008) idézi.

6

Érdeemes megemlíteni, hogy a kezdetekben a „média” alapvetően differenciálatlan tényezőként, egyes szám szerint értelmezve jelent meg a hatással kapcsolatos diskurzusokban. Manapság több adat is jelzi, hogy magas variabilitás jellemzi a médiumokat a harmadikszemély-hatás kialakulásával, illetve intenzitásával kapcsolatban (Andsager & White, 2007).

7

Például holland (Amszterdam), belga, olasz (Róma) vagy svéd (Stockholm) adatok jelzik, hogy a 100 ezer főre jutó gyilkosságok száma a 14. és a 15. században 100 körül ingadozott, míg napjainkban 0,3 és kettő között ingadozik. (A római adat szerint a 20. század második felében erősebb növekedés tapasztalható, mint a többi mintánál, de meg sem közelíti a tízet.)

8

Az Eisner által említett idézetet Rousseaux jelentette meg tanulmányában (1999: 145).

9

Eisner (2004) idézi Langan és Farington tanulmányát.

10

A szülőiráfordítás-elmélet szerint (Trivers, 1972) ivaros szaporodás esetén arra a nemre jellemző a lassú vagy hosszú idejű reprodukív stratégia, amelyik számára az utód létrehozása nagyobb költségterhet jelent. Az emlősök esetében, köztük az embernél a nőstények, illetve a nők viselik első megközelítésben a terhek javát. Számukra a párválasztásnál a helytelen időpont, a hely és a nem megfelelő partner kiválasztása a befektetett költségek miatt nagy veszteséggel járhat. Nem meglepő, hogy a lassú stratégiájú nemre jellemző a magas differenciálóképesség és törekvés a másik nem kiválasztásánál. Mivel a hímek, a férfiak szaporodási sikere a megtermékenyített nők számától függ, és ez bizonyos korlátok mellett egy viszonylag rövid idő alatt megvalósítható, abban érdekeltek, hogy relatíve gyorsan új partnert keressenek maguknak. Mivel a nők terheység esetén hosszú időre kizáródnak a párválasztás lehetőségéből, az aktuálisan éppen fertilisek többnyire nagyszámú, de „megbízhatatlan”, gyors stratégiát követő férfi közül válogathatnak. Ebből az is következik, hogy a férfiak lehetőségei jóval korlátozottabbak, mint a nőké. Versenyezniük kell egymással (intraszexuális szelekció), ugyanakkor a nők figyelméért is (interszexuális szelekció).



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](#)

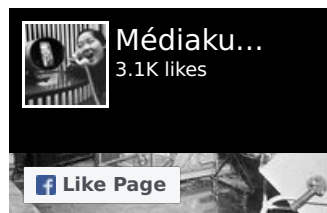
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)







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

## Médiakutató 2008 tél

### Kisebbség

[Vincze László:](#)

# Kétnyelvűség, média- és nyelvválasztás

## Egy révkomáromi empirikus kutatás tapasztalatai

**Ez az írás egy Révkomáromban végzett kérdőíves felmérés tapasztalatait összegzi. A kutatás célja annak megállapítása volt, hogy a helyi szlovák, illetve magyar gimnáziumban tanuló diákok mely nyelven használják a különböző médiumokat, s nyelvi háttérük - családjuk nyelvhasználati jellemzői, valamint az iskola oktatási nyelve - milyen módon befolyásolja médiaválasztásukat. A kutatás során kiderült, hogy mind a családban használt nyelv, mind az iskola tanítási nyelve szoros kapcsolatban áll azzal, hogy a diákok mely nyelven használják a különböző médiumokat. Az egyes médiumok használatához választott nyelv pedig összefüggésben áll azzal, hogy mely nyelven használják a másik két médiatípust. Ugyanakkor az is bebizonyosodott, hogy a vegyes nyelvű környezetben élő fiatalok médiahasználatát egyfajta „nyelvi mobilitás” jellemzi.**

### Bevezető

Az utóbbi években több kutatás is készült a határon túli magyar közösségek iskolaválasztási szokásairól (lásd többek között Sándor, 2000; Sorbán, 1997; Mirnics, 1998). Elsősorban arra a kérdésre keresték a választ, milyen tényezők motiválják a magyar és a vegyes nyelvű családokat, amikor eldöntik, gyermekeiket a kisebbségi vagy a többségi nyelven iskoláztatassák-e. A „nyelvi szempontú” iskolaválasztás nemzetközi szakirodalma rendkívül nagy, mivel az oktatás nemcsak a társadalmi, hanem a nyelvi szocializációban is fontos szerepet játszik, és a kétnyelvű környezetben élők identitására nagyon jelentős a befolyása.

Tény ugyanakkor: mostanáig meglehetősen kevés figyelem irányult arra, hogy az iskolaválasztás – amennyiben egyúttal nyelvválasztást is jelent – milyen közvetlen nyelvi-kulturális következményekkel jár, miként befolyásolja a gyermekek mindennapi nyelvhasználatát, és milyen kihatással van arra, hogy a különböző élethelyzetekben melyik nyelvet fogják választani. A média e tekintetben különösen fontos szerepet játszhat, hiszen ha mindkét nyelven vannak elérhető televízió- és rádiócsatornák, valamint sajtótermékek, akkor a médiaválasztás teljes egészében önálló, független, személyes döntés függvénye, amelyet semmiféle további külső körülmény (például törvény adta jog) nem szabályoz, illetve korlátoz.

Ráadásul ismeretes, hogy a média rendkívül fontos nyelvhasználati szféra, mivel lehetőséget biztosít az egyes nyelvek napi szinten történő használatára, gyakorlására (Grin, 2003; Grin et al., 2003: 214–215). Mindez azt jelenti, hogy a médiumok – a család és az iskola mellett – a nyelvi szocializációban is részt vesznek (vö. Bochmann, 1999: 41), mivel „hordozzák a nyelvet, a nyelven keresztül működnek és fejlesztik a nyelvet” (Moring, 2007: 20). Ebből adódóan akár lassíthatják (Crystal, 2000: 130), akár gyorsíthatják is a nyelvi asszimilációt (Cormack, 2007: 55) attól függően, hogy a kétnyelvű környezetben élő személy mely (nyelven működő) médiumok használatát részesíti előnyben.

Hogy a folyamatba bepillantunk, a révkomáromi (Szlovákia) magyar és szlovák tanítási nyelvű gimnázium diákjai körében végeztünk kérdőíves felmérést. A kutatás mindenekelőtt arra a kérdésre keresett választ, hogy a diákok mely nyelven használják a különböző médiumokat, s nyelvi háttérük milyen módon befolyásolja médiaválasztásukat.

### 1. Háttérváltozók

A megkérdezett diákok mindnyájan 16–18 évesek, a fiúk aránya mindkét intézményben 41–43 százalék, a lányoké 57–59 százalék között van. A szlovák gimnáziumban 288, a magyarban 386 diák töltötte ki a kérdőívet. Azon néhány diák adatait, aki a gimnázium tanítási nyelvétől eltérő nyelven végezte az általános iskolát, nem használtam fel a statisztikai vizsgálatok során.

1. táblázat. Milyen nyelven beszéltek a családban?

	<b>Csak szlovákul (de magyarul is)</b>	<b>Többet szlovákul ugyanannyit</b>	<b>Mindkét nyelven ugyanannyit</b>	<b>Többet magyarul (de szlovákul is)</b>	<b>Csak magyarul</b>
Szlovák gimnázium	48,3	23,6	14,2	11,1	2,8
Magyar gimnázium	0	0,5	2,3	13,0	84,2

Az 1. táblázat adataiból jól látható, hogy a szlovák gimnáziumban a diákok nyelvi háttere lényegesen heterogénebb, mint a magyar gimnáziumban tanulóké. A magyar gimnáziumban tanuló diákok túlnyomó többsége (84 százalék) egynyelvű magyar családból érkezik, a szlovák gimnáziumban azonban csak a diákok kevesebb, mint 50 százaléka állítja, hogy odahaza kizárólag a szlovák nyelvet használják. Vagyis a magyar gimnáziumban tanulók mintegy 16 százaléka, a szlovák gimnáziumban tanulóknak pedig 51 százaléka (!) érkezik vegyes nyelvű családból. Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy a szlovák nyelven tanulók közel három százalékát teszik ki azok, akik – noha szlovákul tanulnak – a családban csak a magyar nyelvet használják. Látható emellett az is, hogy a vegyes nyelvű családok egyértelműen a többségi nyelvű iskolát preferálják.<sup>1</sup>

## 2. A médiahasználat nyelve

2. táblázat. Milyen nyelvű adást szokták általában nézni a televízió?

	<b>Csak szlovákul (de magyarul is)</b>	<b>Többet szlovákul ugyanannyit</b>	<b>Mindkét nyelven ugyanannyit</b>	<b>Többet magyarul (de szlovákul is)</b>	<b>Csak magyarul</b>
Szlovák gimnázium	37,5	26,7	27,8	7,6	0,3
Magyar gimnázium	0	1,6	12,7	67,4	18,4

A két középiskola diákjainak válaszai között érdekes különbség figyelhető meg: az adatok a szlovák és a magyar nyelven tanulók körében eltérő módon viszonyulnak a családi nyelvhasználathoz. A szlovák gimnáziumban tanulóknak – akiknek 48 százaléka a családban kizárólag szlovákul beszél – csak 38 százaléka mondja, hogy tévén is csak szlovák nyelvű adást néz, míg a többiek magyar nyelven is használják a televíziót. A magyar diákoknak ugyanakkor csak kevesebb, mint ötöde (18 százalék) állítja, hogy kizárólag magyar nyelven tévézik, noha 84 százalékuk családjában kizárólag a magyar nyelvet használja odahaza. Azaz a magyar gimnázium diákjai esetében a szlovák nyelv sokkal nagyobb szerephez jut a televíziózás során, mint a családban.

A táblázat adataiból emellett az is kiderül, hogy azon szlovák középiskolás diákok egy része – mintegy tíz százaléka –, akik a családban csak a szlovák nyelvet használják, bizonyos fokú magyar nyelvismerettel is rendelkeznek, hiszen magyar nyelvű műsorokat is néznek.

3. táblázat. Milyen nyelven szokták általában rádiót hallgatni?

	<b>Csak szlovákul (de magyarul is)</b>	<b>Többet szlovákul ugyanannyit</b>	<b>Mindkét nyelven ugyanannyit</b>	<b>Többet magyarul (de szlovákul is)</b>	<b>Csak magyarul</b>
Szlovák gimnázium	56,5	23,3	12,8	5,9	1,4
Magyar gimnázium	3,4	6,5	13,2	33,9	43,0

A két gimnázium diákjainak körében eltérő tendencia figyelhető meg a rádióhasználatban. A szlovák nyelven tanulók körében a szlovák nagyobb szerepet kap a rádióhallgatás során, mint a családban: míg a diákoknak csak 48 százaléka állította, hogy a családban kizárólag a szlovák nyelvet használják, 56 százalék felett van azok aránya, akik rádiót kizárólag szlovákul hallgatnak; emellett mindössze hét százalékuk állítja, hogy a rádiót többnyire magyarul vagy csak magyarul használja, miközben 14 százalékuk többnyire vagy kizárólag magyarul beszél a családban.

A magyar gimnázium diákjainak rádióhasználatában a szlovák nyelv szintén fontos szerepet kap. Bár 84 százalékuk egynyelvű magyar családból származik, csak 43 százalékuk állítja, hogy a rádiót is csak egy nyelven, magyarul hallgatná. Emellett a tíz százalékot közelíti meg azok aránya, akik többnyire vagy kizárólag szlovákul hallgatnak rádiót – noha mindössze 0,5 százalék volt azok aránya, akik családjukban többet használják a szlovák nyelvet, mint a magyart.

4. táblázat. Mely nyelven szokták általában újságot olvasni?

	<b>Csak szlovákul (de magyarul is)</b>	<b>Többet szlovákul ugyanannyit</b>	<b>Mindkét nyelven ugyanannyit</b>	<b>Többet magyarul (de szlovákul is)</b>	<b>Csak magyarul</b>
Szlovák gimnázium	70,1	20,5	7,6	1,4	0,3
Magyar gimnázium	0,8	3,6	11,4	49,5	34,7

A táblázat adataiból ismét eltérő tendenciákra következtethetünk a két iskola diákjai között. A szlovák gimnáziumban tanulók körében 70 százalék azok aránya, akik kizárólag szlovák nyelven olvasnak újságot, ami több mint 20 százalékkal magasabb azok arányánál, akik azt állították, hogy odahaza csak szlovák nyelven beszélnek. Emellett jellemző, hogy míg 14 százalékuk csak magyarul vagy többnyire magyarul beszél a családban, mindössze két százalék alatt van azok aránya, akiknél ezzel párhuzamosan újságolvasáskor is a magyar nyelv dominál.

A magyar gimnáziumban tanulók újságolvasási szokásaira ugyanakkor jellemző, hogy közel kétharmaduk szlovák nyelvű sajtótermékeket is olvas. Azok aránya, akik kizárólag magyarul olvasnak újságot, alig 35 százalék, ami jóval

alulmarad azok arányánál, akiknek családja kizárólag a magyar nyelvet használja odahaza.

### 3. Korrelációelemzés

A korrelációs analízist az SPSS 13.0 programmal végeztem, Spearman módszere szerint. A vizsgálat két részből állt: egyfelől azt szeretnénk volna megtudni, hogy vajon kimutatható-e összefüggés aközött, hogy az egyes diákok milyen nyelven használják a különböző médiumokat. Más szóval: igazolható-e statisztikailag, hogy aki például szívesebben olvas újságot az egyik nyelven, az rádiót is azon a nyelven hallgat szívesebben stb. A korrelációs vizsgálat során bebizonyosodott, hogy az egyes médiumok használatának nyelvi jellemzői minden esetben nagyon szoros kapcsolatban állnak azzal, hogy a diákok mely nyelven használják a másik két médiumot. A korrelációs együtthatók a tévényelv és a rádiónyelv között  $r = 0,821$ ,\*\* a tévényelv és az újságnyelv között  $r = 0,860$ ,\*\* a rádiónyelv és az újságnyelv között  $r = 0,804$ ,\*\* a korreláció minden esetben 99 százalékon volt szignifikáns.

A másik vizsgálati kérdés, amire a korrelációs elemzés segítségével kerestünk választ, arra vonatkozott, hogy a háttérváltozók – a családban használt nyelv és az iskola tanítási nyelve – mennyire jelzik előre azt, hogy a diákok mely nyelven fogják használni az egyes médiumokat. A korrelációs próba során kiderült, hogy mindkét háttérváltozó szoros összefüggésben áll azzal, hogy a tanulók milyen nyelven használják a különböző médiumokat; a korreláció minden esetben 99 százalékon volt szignifikáns.

5. táblázat. A háttérváltozók és a médiahasználat nyelve. Korrelációs vizsgálat

	<b>Televízió</b>	<b>Rádió</b>	<b>Újság</b>
Az iskola tanítási nyelve	0,783**	0,737**	0,842**
A családban használt nyelv	0,865**	0,773**	0,850**

\*\*99%

### 4. A médiahasználat ideje

A kutatás harmadik fázisában azt szeretnénk volna megtudni, hogy kimutatható-e különbség arra vonatkozóan, hogy a szlovák és magyar nyelven tanuló révkomáromi középiskolások mennyi időt töltenek naponta az egyes médiumokkal.

6. táblázat. Mennyi időt nézel naponta tévét? (perc)

	<b>0-15</b>	<b>15-30</b>	<b>30-60</b>	<b>Több mint 60</b>
Szlovák gimnázium	6,9	16,0	40,6	36,5
Magyar gimnázium	19,2	20,7	31,9	28,0

Az adatok elemzése során kiderült, hogy a szlovák gimnázium diákjai általában véve hosszabb ideig néznek tévét, mint a magyar gimnáziumban tanulók. Ez egyrészt abból látható, hogy a szlovák nyelven tanulók körében közel a diákok 37 százaléka állítja, hogy naponta több mint egy órát néz televíziót, míg a magyar nyelven tanulók körében csak 28 százaléka. Másrészt ugyanerre a tendenciára utal az is, hogy míg a magyar gimnázium diákjai körében 19 százalék felett van azok aránya, akik kevesebb, mint 15 percet néznek naponta tévét, ez a szlovák gimnáziumban csak a tanulók hét százaléka jellemző.

7. táblázat. Mennyi időt hallgatsz naponta rádiót? (perc)

	<b>0-15</b>	<b>15-30</b>	<b>30-60</b>	<b>Több mint 60</b>
Szlovák gimnázium	56,3	20,1	12,8	10,8
Magyar gimnázium	40,7	24,9	17,1	17,1

Ezzel ellenkező tendencia figyelhető meg a rádióhasználatban. Kiderült ugyanis, hogy a magyar gimnázium diákjai több időt töltenek rádióhallgatással, mint a szlovák gimnázium diákjai. Míg a szlovák gimnáziumban tanulóknak csak 56 százaléka állítja, hogy 15 percnél kevesebbet tölt naponta rádióhallgatással, a magyar gimnáziumban ez az arány 41 százalék.

8. táblázat. Mennyi időt töltesz naponta újságolvasással? (perc)

	<b>0-15</b>	<b>15-30</b>	<b>30-60</b>	<b>Több mint 60</b>
Szlovák gimnázium	68,1	28,5	2,1	1,4
Magyar gimnázium	64,7	28,8	5,5	1,0

Az újságolvasással töltött idővel kapcsolatban a szlovákul és a magyarul tanuló diákok között csak árnyalatnyi különbség mutatható ki. Mindkét iskolára jellemző, hogy a diákok közel kétharmada napi 15 percnél kevesebbet tölt a sajtó olvasásával, míg 28-29 százaléka napi 15-30 percet olvas újságot. Ennél több újságolvasás csak a diákok egy nagyon szűk rétegére jellemző.

### Összegzés és diszkusszió

A kutatás során kiderült, hogy a révkomáromi gimnazisták körében a családban használt nyelv és az iskola tanítási nyelve – mint háttérváltozók – szoros kapcsolatban, szignifikáns korrelációban állnak azzal, hogy a diákok mely nyelven használják a különböző médiumokat. Az egyes médiumok használatához választott nyelv pedig mindnyájuknál összefüggésben áll azzal, hogy mely nyelven használják a másik két médiatípust. Ugyanakkor az is bebizonyosodott, hogy a vegyes nyelvű környezetben élő fiatalok médiahasználatát egyfajta „nyelvi mobilitás” jellemzi.

Mindez a legkiegyensúlyozottabban a televízió használatával kapcsolatban jelenik meg. Ami ugyanis a televíziózást illeti, kiderült, hogy mind a magyar, mind a szlovák gimnázium diákjai meglehetősen nyitottak a másik nyelv felé. Noha a szlovák nyelven tanuló diákok 48 százaléka odahaza kizárólag szlovákul, a magyar gimnázium diákjainak 84 százaléka odahaza kizárólag magyarul beszél, mindkét iskola diákjaira jellemző, hogy többségük mindkét nyelven néz tévét. A kétnyelvű televíziózás a szlovák gimnáziumban tanulók körében szlovák, a magyar gimnáziumban tanulók körében magyar dominanciájú.

Ezzel szemben a rádióhallgatás és az újságolvasás terén egyfajta szlovák túlsúly érvényesül. Mind a szlovák, mind a magyar gimnáziumban tanulóakra jellemző, hogy újságolvasás és rádióhallgatás során a diákok többet használják a szlovák nyelvet, mint amennyit a családban.

A médiahasználatra fordított időt tekintve is több érdekes tendencia figyelhető meg. Míg a szlovák gimnázium diákjai többet néznek tévét, mint a magyar gimnáziumban tanulók, utóbbiak a rádiót hallgatják többet, mint a szlovák gimnázium diákjai. Újságolvasással ugyanakkor mindkét iskola tanulói közel azonos időt töltenek.

A felvázolt tendenciáknak – elsősorban a médiahasználat nyelvi jellemzőinek – a háttérben feltehetőleg több tényező áll. A televíziózásnál megfigyelhető „nyelvi mobilitást”, amely mindkét iskola diákjai körében jelen van, s kétirányú, valószínűleg az befolyásolja, hogy a Magyarországról sugárzott és Révkomáromban fogható televíziócsatornák mind mennyiségileg, mind minőségüket tekintve versenyképesek a szlovák csatornákkal szemben, míg a magyarországi és szlovákiai magyar rádióadókról, valamint a szlovákiai magyar sajtóról valószínűleg nem mondható el ugyanez. Mindemelllett azt, hogy a magyar gimnáziumban tanuló diákok gyakrabban nyúlnak a szlovák nyelvű médiumokhoz, mint a szlovák gimnáziumban tanuló diákok a magyar nyelvűekhez, feltehetőleg az is motíválja, hogy szeretnének több szlovákiai vonatkozású hírhez, információhoz jutni (akár regionális, akár országos vonatkozásban).

A kutatás legfontosabb tanulsága, hogy fény derült rá: a média „szabad” nyelvhasználati színtér, amelyen keresztül – amennyiben megfelelő nyelvi kompetenciával rendelkeznek – bárki utat találhat egy másik nyelv felé. Vegyes nyelvű környezetben e másik nyelv a többségi beszélők számára a kisebbségi, a kisebbségiek számára a többségi nyelv lehet. Kérdés ugyanakkor, hogy a kisebbségben élők számára a többségi nyelvű médiahasználat milyen mértékben és milyen módon befolyásolja a nyelvi identitást. Ennek megválaszolása azonban további kutatásokat igényel.

## Irodalom

Bochmann, Klaus (1999): A nyelvpolitika elmélete, módszerei és elemzése. In: Szépe György & Derényi András (szerk.): *Nyelv, hatalom, egyenlőség. Nyelvpolitikai írások*. Budapest: Corvina.

Crystal, David (2000): *Language Death*. Cambridge: Cambridge University Press.

Egger, Kurt (1985): *Zweisprachige Familien in Südtirol: Sprachgebrauch und Spracherziehung*. Innsbruck: Universität Innsbruck.

Egger, Kurt (1996): *Kleingruppe I: Familie*. In: 'Kontaktlinguistik'. W. de Gruyter Verlag, Berlin. 1. Halbband, 379–385.

Finnäs, Fjalar (1996): *Elevtillströmningen till svenska grundskolor*. Vasa/Vaasa: Institutet för finlandssvensk samhällsforskning, Åbo Akademi.

Grin, Francois (2003): *Language Policy Evaluation and the European Charter for Regional or Minority Languages*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave-Macmillan.

Grin, Francois & Moring, Tom & Gorter, Durk & Häggman, Johan & Ó Riaga'in, Do'nall & Strubel, Miquel (2003): *Support for Minority Languages in Europe*. (SMiLE) Final report  
(<http://ec.europa.eu/education/policies/lang/languages/langmin/files/support.pdf>)

LojanderVisapää, Catharina (2005): *Tvåspråkigheten medför problem? Nya Argus*, 2005/8.

LojanderVisapää, Catharina (1996): *Språkmiljö och skolval i Helsingfors*. Helsinki: Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors Universitet.

Mirnic Károly (1998): Várható hanyatlás a vajdasági magyar tanyelvű általános iskolai hálózatban. *Magyar Kisebbség*, 3–4 sz. 203–221.

Moring, Tom (2007): Functional Completeness in Minority Language Media. In: Cormack, Mike & Hourigan, Niamh: *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd England.

Sándor Anna (2000): *Anyanyelvhasználat és kétnyelvűség*. Pozsony: Kalligram.

Sorbán Angella (1997): „Tanuljon románul a gyermek, hogy jobban érvényesülhessen.” Az asszimiláció természetrajzához. *Magyar Kisebbség*, 6. évf. 21. sz.

Weber Egli, Daniela (1992) *Gemischtsprachige Familien in Südtirol, Alto Adige. Zweisprachigkeit und soziale Kontakte. Ein Vergleich von Familien in Bozen und Meran*. Meran/Merano: Alpha & Beta.

## Lábjegyzetek

1

Több más kétnyelvű régióban ennek épp az ellenkezője figyelhető meg. Weber Egli (1992) és Egger (1985; 1996) megállapítja, hogy Dél-Tirolban a vegyes nyelvű családok közel 80 százaléka német iskolába járattja gyermekét, míg Finnországban a finn-svéd vegyes nyelvű családokból kikerülő gyermekek ennél is magasabb arányban kerülnek svéd iskolába (Finnäs, 1996; Lojander & Visapää, 2005).



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](#)

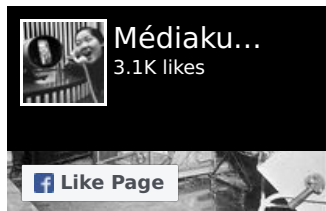
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)



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