

Tartalom

Testek

- Felföldi Barnabás :
["Madonna brutális anorexiásnak tűnik nekem...". Társadalomelméleti közelítések a sztárdiskurzus megértéséhez](#)7-21 [134.74 kB - HTML]
- Bors Réka :
[Pro-anorexia fórumok. Az evészavarok kommunikációs aspektusai](#)23-34 [70.33 kB - HTML]
- Tóth Mónika :
[Nekem a Balaton a Riviéra](#)35-47 [94.84 kB - HTML]
- Zsély Anna :
[Addikciók a médiában. A drogfogyasztók és a szerhasználat médiareprezentációjának változása 1998 és 2008 között](#)49-60 [85.19 kB - HTML]

Politikai kommunikáció

- Urbán Csilla :
[Rendszerváltás és szimbolikus kommunikáció](#)63-77 [89.83 kB - HTML]
- Tóth Anett :
[A 2008-as amerikai elnökválasztás és a YouTube](#)79-89 [79.59 kB - HTML]

Történelem

- Takács Róbert :
[A sajtóirányítás szervezete a Kádár-korszakban](#)93-116 [221.92 kB - HTML]
- Kácsor Adrienn :
["Kétmillió" vásárlások. Képzőművészet és politika a Kádár-korszakban](#)117-128 [101.12 kB - HTML]

Sztárok

- Imre Anikó :
[A posztoszocialista valóság\(-show\), avagy mit tanulhatunk Győzikétől?](#)131-138 [55.41 kB - HTML]

Új média

- Bajomi-Lázár Péter :
[Hírközlés tegnap és ma](#)141-147 [61.96 kB - HTML]
-



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

Médiakutató 2009 ősz

Testek

[Felföldi Barnabás](#):

„Madonna brutális anorexiásnak tűnik nekem...”

Társadalomelméleti közelítések a sztárdiskurzus megértéséhez

A tanulmány a sztárdiskurzus értelmezésének egy lehetséges keretét vázolja. A kiinduló problémát a sztárok testére irányuló rendkívüli figyelem veti föl: miért teszi a média újra meg újra beszéd tárgyává a hírességek öltözködési szokásait, ráncait, fogyókúráit és egyéb testi jellemzőit? A szokásostól eltérően nem tárgyaljuk a „kukkolás” lélektanát, nem ostorozzuk a kereskedelmi média bulvárosító hatását, és a tömegember sekélyes kulturális igényeinek gyökereit sem kívánjuk föltárni. Ehelyett a tömegmédia által életben tartott sztárdiskurzust - amely egyike a testet és a szexualitást tematizáló diskurzusoknak - a klasszikus és késő modernitás emberének mindennapi tapasztalataival hozzuk összefüggésbe. Kapcsolatokat vélünk fölfedezni a sztártest aprólékos megfigyelése, kitárgyalása és önkontroll alatt tartása, illetve a nyugati társadalmak emberét ellenőrző intézményes gyakorlatok (megfigyelés, el- és kirekesztés), a nagyfokú önfegyelmzés és az öngondoskodó-tervező magatartás között. Azt állítjuk, hogy a sztártestről folyó diskurzusban a modern fegyelmző társadalom és a késő modern ellenőrző társadalom (mint alaptípusok) uralmi logikája egyaránt megmutatkozik, de az „elzárástól” a „moduláció” elve felé való hangsúlyeltolódással. Ezek a szervezőelvek nemcsak a sztárookra és a rajongókra gyakorolnak hatást, hanem az élet számos más aspektusára is: az egyéni életutak tervezésére, az intézmények működésére, az egészséggel kapcsolatos képzetekre, a habitusok kialakulására és a munkavállalókkal kapcsolatos elvárásokra is.¹

1. Bevezetés

A címben olvasható mondat tulajdonképpen egy komment, vagyis internetes hozzászólás, amely egy Madonnáról (az amerikai popdíváról) készült fotóra reagál.² A hazai és a külföldi bulvárhír-portálokon rendszeresen olvashatók hasonló megjegyzések, amelyekben a sztárok testi jellemzőivel vagy szexuális vonzerejével kapcsolatos gondolatok fogalmazódnak meg,³ és amelyek azt példázzák, hogy a közönség miként járul hozzá a sztárokkal kapcsolatos diskurzushoz. (A közönség szerepére a sztárpletyka-blogok kapcsán még visszatérünk.) Ugyanakkor a bulvármédia is fogyókúrákról, elhízásokról, szexuális vonzerőről, hajviseletről, drogproblémákról, ruhákról, tetoválásokról, terhességi csíkokról, izmos felsőtestekről vagy kivillanó fenekéről tesz említést a sztárok kapcsán; a sztárok ilyesfajta „tálalása” pedig a közönség számára megszokottá és elfogadottá vált. Elég futó pillantást vetni a bulvárhírek áradatára, hogy észrevegyük: a médiának a hírességek testére irányuló állandó figyelme független a híradások indítékaként szolgáló történésektől.⁴

A média a hírességek magánéletét és a nyilvánosság előtt zajló életét két ellentétes világgént tematizálja (holott a kettő sajátos módon fonódik egybe). Az egyik póluson a sztárok csillogó eseményeken kínos gondossággal megválasztott ruhákban, sminkben, frizurával, szinte koreografált mozgással közlekednek. A díjátadó ünnepek, VIP-partik, filmbemutatók mind olyan nyilvános események, amelyek kifejezetten arra épülnek, hogy lehetőséget biztosítsanak a fotósok, az újságírók és a rajongók számára, hogy a hírességek öltözetére, mozgására, mimikájára vagy egyéb testi jellemzőire összpontosítsanak. Másfelől a homályos paparazzi-fotókon mackóban, farmernadrágban vagy éppen félmeztelenül lencsevégre kapott emberek láthatók, akik kócosan szemetet dobnak a kukába, gyerekeket sétáltatnak, vásárolnak, dühösen grimaszolnak vagy csókolóznak.⁵ Két fontos, közös jellemzőjük van e beszámolóknak: egyrészt az elbeszélte eseményt nagyon gyakran a sztár testére vonatkoztatva ismerjük meg (ez az újságírói narratívumok jellemzője), másrészt a kép (az esetek többségében fotó) az elbeszélés illusztráció jellegű kellékéből mára főszereplővé vált.

Fölmerülhet a kérdés, hogy miből fakad az a fokozott figyelem, amely a sztárok testére irányul? Egy másik, de az előbbivel összefüggő kérdés az, hogy miről „vall” a sztár teste abban a formában, ahogy azt a bulvármédia megjeleníti? A választ e dolgozatban két alapfeltevésből kiindulva próbálom megfogalmazni. Az egyik szerint az emberi test egyszerre eszköz és társadalmi termék; a test nemcsak a hatékony cselekvés elsődleges eszköze, de habitusának magától értetődőségét az ember csak tanult testhasználati minták - Marcell Mauss szavaival: „test

technikák” (Mauss 2000) – alapján képes kiformálni. Ebből következőleg testünk használata elválaszthatatlan annak a társadalmi helynek a kényszereitől, amelyben elsődleges szocializációnk folyt. A másik alapfeltevés szerint az emberi test mindenkor ábrázolásai az adott társadalom uralmi viszonylataiból fakadó társadalmi elvárásokra (kényszerekre) reflektálnak.

Dolgozatom első részében a képen ábrázolt emberi test és a képet befogadó ember megélt teste közötti kapcsolatok megértésére teszek kísérletet. A sztárokról szóló képes beszámolók döntő többségét a sztárpletyka-média szolgáltatja, amelynek fél évszázados sikertörténetét mutatom be a következő részben. Ezt követően a testtechnikákat és az emberi habitust érő kihívásokról lesz szó a valóság-show-sztárok kapcsán, mert ebben látom a műsörtípus sikerének egyik titkát, egyszersmind szimbolikus társadalmi funkcióját is. Végül, kijelölve a bemutatott jelenségek értelmezési keretét, a modern fegyvelmező társadalom, illetve a posztmodern ellenőrző társadalom általános szervezőelveire összpontosítok. Norbert Elias, Michel Foucault és Gilles Deleuze nyomdokain járva úgy vélem, hogy a társadalmi ellenőrzés általános elveinek ismeretében jobban megérthetjük az emberi test fölmutatásának, észlelésének és irányításának gyakorlatait és így a sztárok teste iránti nagyfokú érdeklődés okait is.

2. Az ábrázolt test és a megélt test kapcsolatának keresése

Az ábrázolt és a megélt emberi test közötti kapcsolattal foglalkozó recens társadalomelméleti munkák egy része történeti perspektívából szemléli a vizuális alkotások és más társadalmi beszédformák, a kulturális képzetek, illetve a testhez kapcsolódó gyakorlatok kölcsönviszonyait. Ahogy az alkotások, úgy a befogadói értelmezések is különböző diskurzusok kényszerítő hatása alatt állnak (ilyen például a szexualitás diskurzusa), ugyanakkor maguk is alakítják ezeket. A diskurzusok irányítják a társadalmi észlelés folyamatait, illetve „elosztják” a megismerésre érdemes dolgokról való tudást (Foucault, 1996, 2001). A kutatók figyelme ezért azokra az eljárásokra irányul, amelyek során a társadalom megkísérli „a fizikai test fejlődését kontroll alá vonni úgy, hogy bizonyos fizikai jellemzőket népszerűsít más jellemzők rovására” (Mirzoeff, 1995: 2).

Nicholas Mirzoeff, a vizuális kultúra amerikai kutatója szerint (1995: 3) a testi jelek nagyon is valóságos hatásúak a fizikai testre, különösen a normalitás határainak kijelölése tekintetében. A vizuális művészetek mindig is keresték az emberi test bemutatásának tökéletes és egyetlen módszerét, de ezek törvényszerűen kudarcba fulladó vállalkozások voltak. Mirzoeff úgy látja, hogy ennek a kudarcnak a kompenzálásaként jelentek meg a „tökéletes testet” fölmutatni hivatott ikonikus ábrázolások, ide értve a Madonna (Szűz Mária) ábrázolásait vagy a Vietnámi Veteránok Emlékművének alakjait is. A tökéletlen testnek ez a teljessé tétele tehát az *ikonizálás*on keresztül valósult meg, ahogy azt például a kék szemű és fehér bőrű Jézus képzetének vizuális megjelenítésével kapcsolatban ismerjük. Az ikonizálás lehetővé tette – mintegy ellenpólusként – „a zsidó” vagy „az afrikai” rasszbéli különbségeinek fölmutatását és „fölismerhetővé”, „nyilvánvalóvá” tételét is, hozzájuk kapcsolva a mentális jellemzők egész sorát is. A rasszbéli különbségeknek ez a „magától értetődősége” segített „igazolni a nyugati ember tökéletességét” (Mirzoeff, 1995: 3).

A testábrázolások egységesítését veszi észre George L. Hersey (1996) is a nyugati vizuális alkotások történeti vizsgálata során, de ő – egy szociobiológiai ihletésű következtetési sort követve – a testi jegyek kanonizálásának más funkcióit emeli ki. Hersey azt állítja, hogy a nyugati civilizáció történetében minden kornak megvolt a maga „testkánonja”, amelyet a legerősebben a figuratív művészeti ábrázolások közvetítettek. A „testkánon” bemutatta, egyszersmind elő is írta egy adott kor esztétikai elvárásait (preferenciáit) az ideális testi arányokra vonatkozóan: milyen legyen a pénisz aránya a testmagassághoz képest, milyen legyen a kar és a fej vagy a vállak és a derék egymáshoz viszonyított aránya és így tovább. Koronként változó jellemzőik ellenére a mindenkor testkánonok végső soron a társadalom reprodukív érdekének megfelelően alakultak ki – állítja Hersey. Mindig is azoknak az embereknek volt nagyobb esélyük a reprodukcióra (a genetikai anyaguk átörökítésére), akik jobban közelítettek a saját koruk figuratív ábrázolásain megfogalmazott ideális arányokhoz, vagyis ahhoz, amit a „normális” ideáljának tekintettek. A szentekről készült festményekről, szobrokról és grafikákról is az ideális reprodukív partner testi adottságai „köszöntek vissza” az előttük imádkozó emberek számára. Szerzőnk tehát feltételezi, hogy az emberek többsége azokat az embertársait találta szexuálisan vonzóbbnak (így azokat részesítette előnyben), akik jobban megfeleltek az emberi test ábrázolására vonatkozó domináns művészeti kánon mintáinak.

Sander L. Gilman amerikai kultúra- és irodalomtörténész amellel érvel (1995), hogy a testi kanonizáció kétoldalú folyamat volt a 19. század végén és a 20. század elején: az ideális test képe a „degenerált” test képének ellentétpárjaként határozódott meg. A kampós, pisze, hiányos orr, egyes fülformák vagy a bőr állaga és színe a beteges, fertőző, degenerált ember képéhez kapcsolódtak. És nemcsak a testre gondoltak – az ember egész karakterét, habitusát látták kifejeződni a „rassz” (ír,⁶ zsidó, afrikai) sajátosságaként vagy betegség, életmód (szifilisz, szellemi fogyatékos, paralízis, alkoholizmus) következményeként kialakult testi jegyekben. A külsőleg testi jellemzőkről tett megfigyeléseket tehát a társadalmi deviancia jelének és a társadalmi alárendeltség bizonyítékának tekintették, vagyis erkölcsi következtetéseket vontak le belőlük. Gilman más úton, de hasonló következtetésre jut, mint Hersey, amikor kimutatja az erotika, az egészséges (ép, teljes) test és a jó nemzőképesség feltételezett kapcsolatát a 19. sz. végének és a 20. század elejének orvosi, művészeti és egyéb ábrázolásai kapcsán. Erotikusnak csak az egészséges, nemzésre képes ember testét tekintették, amely a csoport (a nemzet) folytonosságát szolgálja.⁷

A 19. század végén és a 20. század első felében a gyönyörű (mert egészséges, erőt sugárzó) test képe különböző ideológiák szerves részévé vált: a társadalmi megújulás zálogaként tekintettek rá, illetve a megújuló (modern) ember jelképeként került a köztudatba (Gilman, 1995: 66). Az egészséges és kiművelt testét büszkén viselő „Új Ember” ikonikus képe olyan ideológiákkal fonódott össze, mint a nacionalizmus, a kommunizmus, a nácizmus vagy a cionizmus. A gyakran állami megrendelésre készült szobrokon, fényképeken és festményeken acélos izomzatú,

széles mellkasú, tekintetüket a horizontra szegező fiatal férfiak, a fizikai munkától edzett és elégedett mosolyú (gyakran kévét vagy kisgyermeket ölelő) fejkendős fiatalasszonyok láthatók. Nem az öntetszelgés kifejezői ezek a figurák, mint ahogy Rodin *Gondolkodójának* gondterhelt tépelődését sem sugározzák. A „haladó szellemű” erőfeszítések elfogadtatásának szolgálatába állított alkotásokon a testekről és arcokról a kétségek nélküli önbizalom és cselekvésvágy, a fényes jövőbe vetett hit tükröződik.

Az egyén viselkedésével, döntéseivel és testével szembeni társadalmi elvárások azokban a képekben és szövegekben érhetők tetten, ahol „az idealizált testtípusokat megfeleltették a »morális« típusok és a »jó állampolgárok« eszményeivel” – írja Gilman (1995: 66). Egyebek között az orvosi és ismeretterjesztő könyvek is azokat az ideális állampolgárral szemben támasztott elvárásokat közvetítették, állítja a szerző, amelyek szerint a teste nem lehet beteg, csúnya vagy visszataszító. Megállapítják és képekkel meg is jelenítik (elképzelhetővé és mintává teszik) az eszményi női és férfi mellett, péniszt, orrot, fület és így tovább. Az eszményítésben főszerepet kapott az ókori hellén minták átvétele, Németországban például római mintákra alapozva konstruálták meg a graco-germán ideát (Gilman, 1995: 58; 88–89).

A 20. század kezdete óta a nyugati társadalmak emberének az „ideális testet” egyre kevésbé szentképeken vagy köztéri szobrokon fogalmazzák meg, inkább a nyomtatott sajtó és az elektronikus tömegmédiá közvetíti, és az ideális test megjelenítése immár a sztárkultuszhoz kötődik: a sportolókról, színészekről, televíziós hírességekről készült fényképek százaival találkozhatunk naponta a magazinok címlapjain, a híradásokban vagy az internetes portálokon. A továbbiakban a bulvármédiának a hírességek magánélete és teste iránt megnyilvánuló fokozódó érdeklődéséről lesz szó.

3. Sztárok a médiában

A sztárpletyka-média a születésétől számított fél évszázadban a színészek magánéleti eseményeivel foglalkozott a legtöbbit, de az utóbbi három-négy évtizedben jelentősen nőtt a sportolókról, politikusokról, televíziós személyiségekről, popzenészekről, manökenekről és a monarchikus családok tagjairól szóló híradások száma. Az ezredforduló óta a populáris média a hírességek egészen új csoportját teremtette meg (sokan „celebnek” nevezik őket), akik elsősorban a „reality” jellegű műsorokban való részvételnek köszönhetik ismertségüket. A sztárpletyka-média újságírói a sztároknak kijáró nagyfokú érdeklődéssel fordultak feléjük, ami természetesen a televíziós társaságok erős érdeke is, így szoros az együttműködés a média e két szférája között. Habár a valóságshow-szereplők többsége iránti érdeklődés egy idő után jelentősen csökken, rendszeresen érkezik utánpótlás. Nagyjából ezzel egy időben – nyilván nem függetlenül a valóság-show jellegű televíziós műsorok terjedésétől – a médiában megjelentek olyan új típusú szereplők is, mint az amerikai Paris Hilton, az angol Kerry Katona vagy a magyar roma médiahíresség, Győzike. Az ő ismertségük már jóval hosszabban tart, mint a Való Világ és a Big Brother jellegű valóság-show résztvevőié. Ez annak köszönhető, hogy a televíziós társaságok huzamosabb ideig a képernyőn tartják őket, és így a bulvármédiának is érdekében áll, hogy foglalkozzon a személyükkel és életük eseményeivel. Egyes magánéleti eseményekkel kapcsolatban az érintettek gyakran számolnak a média érdeklődésével. Hasonlóan, a televízióban való megjelenésük is jórészt előkészített helyzetek sorozatából születik (amelyben helye van a spontaneitásnak is, de csak az előre megteremtett keretek között).

A sztárpletyka-média történetének ilyen rövid áttekintése után talán nem merészség kijelenteni, hogy a „sztár” fogalmának jelentésköre idővel kiterjedtebbé vált, egyszersmind demokratizálódni látszik a sztárrá válás lehetősége is. Érdekes valamivel közelebből is megismerkedni a sztárpletyka-média és a sztárok kapcsolatának történetével, mert más, témánk szempontjából ugyancsak fontos tendenciák is megfigyelhetők. Egyrészt újabb médiumok és műfajok jelentek meg, vagyis sokrétűbbé vált a sztárok magánéletével és életútjával foglalkozó médiakinálat, másrészt az utóbbi évek fejleménye a sztárpletyka-újságírás demokratizálódása. Egymással kölcsönhatásban formálódott át a sztároknak a hírnévhez fűződő viszonya, a média érdeklődése, a sztárookra irányuló közönségfigyelem jellege és a hírességekkel szembeni elvárások.

3.1. A sztárpletyka-újságírás hollywoodi születése

Amint a sztárjelenség eredetét a hollywoodi filmgyártás környékén kell keresnünk (Dyer, 1998), úgy a sztárok magánéletéről szóló rendszeres híradások is ott születtek meg először (Fairclough, 2008). Louella Parsons még a klasszikus hollywoodi stúdiórendszer idején, 1925-től az 1950-es évekig tudósított William Randolph Hearst amerikai sajtómágnás lapjai számára. Az 1930-as évek végétől Parsonsnak vetélytársa akadt egy korábbi színésznő, Hedda Hopper személyében; tulajdonképpen mindketten a stúdiók által megalapozott sztorikat írtak. A tőkeerős és nagy társadalmi befolyású filmstúdiók a nyilvánosság előtt ekkor még erős ellenőrzés alatt tudták tartani a sztárjaikról kialakított képet. Rita Hayworth táncosnő és színésznő pályafutása kapcsán Adrienne L. McLean kutatásai bizonyítják (2004), hogy a hollywoodi stúdiók reklámozási, hírverési és pr-gépezete az 1930-as évek végén, az 1940-es évek elején képes volt teljes egészében „fölpítenni” egy sztár imázsát. A sztárimázs megkonstruálásában nagyon fontos szerep jutott annak, hogy a sztárok bizonyos magánéleti eseményeit vagy életének színtereit bemutassák az érdeklődő olvasóknak és rajongóknak.⁸ Ezek döntően gondosan előkészített, a stúdiók támogatásával és engedélyével készült cikkek voltak, amelyekben nem lehetett esetlegesség vagy más olyan tartalom, ami veszélyeztette volna a sztárokról gondosan fölpínt képet.

3.2. Az első sztárpletyka-magazin sikere

Az 1950-es évekre a stúdiók gazdasági és kulturális ereje gyöngültni kezdett, és a sztároknak a sajtóhoz fűződő viszonya is átalakult. Ennek egyik mérföldkövéként tartják számon a Confidential Magazine 1952-es útjára indítását; a lap atyja Robert Harrison, egy orosz gyökerekkel rendelkező angol újságíró volt. A Confidential⁹ volt az

első, mai értelemben vett – és kizárólag a hollywoodi sztárok magánéleti eseményeivel foglalkozó – sztárpletyka-magazin (Davis 2002; Fairclough 2008).¹⁰ Ebben az időszakban a stúdiók hagyományos intézményrendszere már leáldozóban volt, ezért a filmsztárok egyre inkább ki voltak téve a bulvársajtó intenzív érdeklődésének és gyakori epés megjegyzéseinek. Harrison a sztárok magánéleti botlásaira alapozta lapkiadási filozófiáját, ezért Hollywoodban szabályos „kémhálózatot” épített ki újságírókból, karrierre áhító színésznőkből, magánnyomozókból, pincérekéből és call-girlökből, akik rendszeresen szállították a lapnak a sztárokról szóló híreket és pletykákat. A Confidential fotósai lesben álltak, és a legváratlanabb helyeken „csaptak le” a szeretőikkel csókolózó vagy ittas sztárookra. A fotók kettős célt szolgáltak: egyrészt az olvasók számára hitelesítették és illusztrálták a leírtakat, másrészt az esetleges sajtópereknel bizonyítékul szolgálhattak a bíróság előtt. A Time magazin lekicsinylő módon „csatorna-újságírásnak”¹¹ nevezte el a zsurnalizmusnak ezt az új ágát, de Harrison nem érdekelték a kritikák, üzleti számítása bevált. A lap hónapokon belül elérte a négymilliós eladott példányszámot,¹² becslések szerint Harrison minden egyes számon félmillió dollárt keresett.

A hollywoodi stúdiók vezetői megrémültek, hiszen hosszú évekre és sok pénzükre került egy-egy sztár imázsának, jó hírnevének fölépítése. Félelmeik nem voltak teljesen alaptalanok, de arra talán álmukban sem gondoltak, hogy a Confidential világszerte pletykalapok áradata követi a következő évtizedekben. Mint ahogy talán arra sem számítottak, hogy éppen a hollywoodi sztárok tapossák ki az utat a következő sztárgeneráció számára, és ők mutatják meg, miként lehet a botrányokra és a leghétköznapibb magánéleti eseményekre éhes bulvármédiát saját hírnevük növelése érdekében fölhasználni.

3.3. A televízió a pletyka újságírás és a sztár csinálás szolgálatában

A televízió a bulvármédia számára is új lehetőségekkel kecsegtetett. Közvetítő kocsival vagy helikopterrel a riportert és a kamerákat akár percek alatt az érdekes történések helyszínére lehet juttatni, ahonnan valós időben lehet képeket és kommentárt közvetíteni, egyenesen a nézők otthonába. A nézők tehát joggal érezhetik úgy, hogy szinte benne vannak az események sűrűjében. A hírességek életének egyes epizódjai a „forró nyomon” járó televíziósok jóvoltából azóta sokszor „íródtak át” emlékezetes médiaeseményekké, elsősorban az Amerikai Egyesült Államokban. Természetesen nem lehet említés nélkül hagyni a szintén amerikai gyökerű „late night show” műsorokat sem, amelyek a sztárok népszerűsítésének máig az egyik legelterjedtebb módját jelentik (Császi, 2008).

Európában a televíziózás évtizedekig egyet jelentett az állami fenntartású közszolgálati intézmények működésével, ezért a sztárkultúra is másképp került kapcsolatba a televízióval. A nyomtatott média bulvárosodása, a műholdas adások megjelenése és a házi videó mindennapivá válása az 1980-as években az európai közszolgálati médiát is szemléletváltásra készítette. Jellemző példa, ahogy a British Broadcasting Corporation (BBC) 1985-ben, az „EastEnders” című, saját gyártású szappanopera vetítése kapcsán belépett a „hírességgártás” területére (McNicholas, 2005). Az ma már természetes, hogy a folytatásos teleregények szereplőivel napi rendszerességgel foglalkozik a bulvársajtó, de az „EastEnders”-t megelőzően ez nem fordult elő egyetlen BBC-produkció esetében sem. A brit közszolgálati médium szakított azzal a korábbi gyakorlattal, hogy a televíziós programjait passzívan hagyta „magukért beszélni”. Az aktív, tervszerű és szakszerű hírverés során a sorozat szereplőinek személyére helyezték a hangsúlyt. A hírverés jól sikerült, a sorozat saját értékei jogán is hatalmas sikerrel futott. A bulvársajtó is intenzíven érdeklődni kezdett a szereplők személye és magánélete iránt, amitől kezdve a BBC már nem volt képes teljes egészében ellenőrzése alatt tartani az „EastEnders”-zel kapcsolatos médiahírverést. Mégis a brit kultúrtörténet egyik fontos pillanata ez, hiszen a BBC először lett részese a „sztár csinálásnak”, még ha nem is pontosan úgy, ahogy tervezte.

Mára a bulvárhírek Európa televíziózásában is polgárjogot nyertek, beleértve hazánkat is. A televíziózás bulvárosodása általános jelenség, de kétségtelenül a kereskedelmi televíziók műsorpolitikájában lett széles körben elterjedt. A kereskedelmi csatornák saját „sztárparkot” tartanak fenn, akik a csatorna legkülönbözőbb, saját gyártású műsoraiban bukkannak föl (vetélkedőkben, reggeli műsorokban, valóság-show-kban stb.), hol műsorvezetőként, hol játékosként, hol interjúalanyként. Az országos kereskedelmi csatornák külön bulvárhírekkel szolgáló műsorokat is indítottak az 1990-es évek elején.¹³ Évek óta futnak kifejezetten sztárpletykákra szakosodott műsorok is. Ahogy külföldön, hazánkban is vannak már bulvárcsatornák, amelyek a műsoridő jelentős részét a hírességek magánéletének és karrierjének szentelik.¹⁴ Amíg a hazai kereskedelmi csatornák híradóiban gyakran találkozunk sztárhírekkel, addig a közszolgálati csatornák legfőljebb az Oscar-díj átadása kapcsán foglalkoznak velük. Mindemellett észrevehető a hazai közszolgálati televízió törekvése is, hogy megmutassa a hazai sztárokat a képernyőn, és foglalkozzon a magánéletükkel. Ezt példázza a „NévShow”¹⁵ című tévé-show is, aminek korai előzménye az 1990-es évek elején a hatalmas sikerű „Friderikusz-show” volt. Újabban a sztárpletykák megjelentek a köztelevízió kínálatában, igaz, nem a képernyőn, hanem a Híradó Online internetes portálon.¹⁶

A televíziózásban ennek az évtizednek a fejleménye, hogy különböző csatornákon és műsorokban „hírességszakértők” kerülnek képernyőre (Tenenbaum, 2008). 2003-ban az angol ITV1 tekintélyes, független televízió¹⁷ „News at Ten” című esti híradójában már látható-hallható volt egy hírességszakértő, aki a *heat*¹⁸ sztárpletyka-magazinra (mint hírforrásra) hivatkozva magyarázta a kurrens sztárhíreket (Holmes, 2005). A világ egyik legismertebb sztárpletyka-blogjának író-szerkesztője, Perez Hilton a televízióban¹⁹ is megjelent 2008-ban, természetesen egy sztárpletyka-show műsorvezetőjeként (Tenenbaum 2008). Ezek az esetek is azt mutatják, hogy a bulvár elfogadottabbá kezd válni azokon a televíziós csatornákon is, ahol évtizedekig megszokhattuk, hogy nincs helye magánéleti vonatkozású híreknek. Nemcsak az individuális perspektívát preferáló bulvár hírek nyernek egyre nagyobb teret a közéleti hírek között, hanem az emberek személyközi kapcsolataiban mindig jelenlévő pletyka is létjogot biztosított magának az utóbbi évtized televíziózásában. A sztárpletyka-magazinok, rádióadók és televíziók természetesen az interneten is jelen vannak honlapjaikkal, de 2004–2005 óta működnek a világhálón „gyorsreagálású” pletykablogok is, amelyek új frontot nyitottak a sztárok hírnevének alakításában.

3.4. A pletykablog - a sztárpletyka-média demokratizálódása

2007 tavaszán a *Médiakutató* beszélgetést szervezett a sztárjelenségről és a bulvárról (Jenei, 2008), amely során György Péter annak a reményének adott hangot, hogy az új média térhódításának köszönhetően a fogyasztók figyelme megoszlik, aminek következtében a sztárok piaci értéke megszűnik. A sztárok magánéletével foglalkozó bulvárlapok így elvesztik létalapjukat, és megszűnik a sztárok (mint megalázott emberek) kizsákmányolása. Ha az interneten élő számtalan pletykablog, sztárhonlap, bulvárportál népszerűségére gondolunk, akkor úgy tűnik, György Péter jóslata nem vált be. A sztár mint termék, köszöni, jól van, él és virul a világhálón éppúgy, mint a nyomtatott sajtóban és a televízióban. Azzal valószínűleg György Péter nem számolt, hogy sok esetben maguk a sztárok avatják be magánéletük részleteibe a kíváncsi közönséget. Ebből a szempontból is érdemes megismerni az úgynevezett pletykablog műfajával, mert ugyan viszonylag új jelenség,²⁰ de kezdi átalakítani a bulvármédia működését és a hírnév kiépülésének mechanizmusait. A pletykablog négy, egymással összekapcsolódó jellemzője folytán újítja meg a bulvármédiát: a gyors reagálással, az interaktivitás lehetőségével, a megszólalás kiterjesztésével és a személyes viszony megjelenítésével (Fairclough, 2008).

A gyors vagy azonnali reagálás önmagában nem számít újdonságnak sem a tömegkommunikáció, sem a bulvármédia történetében, hiszen már a rádió és a televízió is lehetővé tette a helyszíni tudósítást. A pletykablogok szerkesztői azonban nemcsak alkalmilag vagy rendszeresen fizetett informátorokra számíthatnak, továbbá a fényképekkel, videofelvételekkel dokumentált híreikhez sem szükséges stábokat mozgatniuk. A sztárokat követő fanatikus rajongók és az utcán, az étteremben, a strandon hírességbe botló emberek számolatlanul küldik a fényképeket és a - gyakran mobiltelefonnal készülő - videókat a pletykablogok számára. E személyes hangvételi blogokon az emberek saját fotóikat és videóikat láthatják viszont, amelyekhez mások (beleértve a bloggert) megjegyzéseket fűznek, majd ezekre újabb megjegyzések érkeznek a regisztrált olvasóktól. A blogokon keresztül a hírességek magánéletének egyes eseményei akár percről percre követhetővé válnak a nagy nyilvánosság számára is. Mobil eszközeik segítségével a helyszínen lévő rajongók azonnal elküldhetik a bloggernek a sztárokról készült képeiket és megjegyzéseiket, lehetővé téve az események folyamatos követését.²¹

A pletykablogokon a fotók és a videók a blogszerkesztők által csatolt rövid képaláírásokkal és néhány soros bevezetővel jelennek meg, amelyek kivétel nélkül tartalmazzak egy - többnyire csipkelődő, gúnyolódó stílusú - véleményt vagy ítéletet a hírességről. Perez Hilton honlapján rendszeresen láthatók hírességekről olyan fotók, amelyekre Hilton „digitális kézírással” egy-két szót, rövid mondatot vagy szív-buborékot vitt föl.²² A színes fényképre fehérrel írott szavaknak és ábráknak nagyon erős a vizuális hatásuk, hiszen a blogger egy másik jelrendszer segítségével „roncsolja” a képi információt. Ezzel az összefirkált utcai plakátokról ismert módszerrel Hilton a képre is jobban föl hívja a figyelmet, miközben orientálja a néző-olvasót. A fotóra rajzolt szavak és ábrák még a kép fölötté is alatt olvasható szövegeknél is erősebben utalnak a blogger személyes jelenlétére és véleményére, ugyanakkor kiegészítik, módosítják is egymás jelentését. Ez a beavatkozás két irányban is személyességet teremt: egyrészt a bloggernek a sztárhoz (mint élő személyhez, illetve a sztár hírnevéhez) való személyes attitűdjét tükrözi, másrészt a kézírás személyességével a honlap látogatóját is megszólítja, saját vélemény kifejtésére ösztönzi. (Hasonlítsuk össze ezeket a szó szerint „fölülírt” fotókat a napilapokban és magazinokban közltekkel! Sehol másutt nem találjuk meg az író vagy a szerkesztő saját véleményének ezt a közvetlen és kendőzetlen kifejezését.)

Ezen a ponton talán érdemes a tendenciákra figyelve röviden összegezni azt, ami a sztárok hírnevével, testével és magánéletük mediatisálásával kapcsolatban fontos. A hollywoodi filmipar korai szakaszában a sztárok magánéletéről leginkább a stúdiók ellenőrzése mellett és az ő közvetítésükkel értesülhettek a rajongók. A 20. század közepétől a sztárok imázsának építése már sok bizonytalansági tényezőt is magában hordozott, mert megjelentek a sztárok „piszkos ügyeinek” kitergetésére specializálódott első pletykamagazinok. A magazinokban a szöveg rovására nőtt a képek jelentősége. Az 1980-as évektől a televízió is csatlakozott a sztárpletykák napirenden tartásához, és ez a képek jelentőségének további növekedését eredményezte. Egy-két évtizede a televízió bulvár műsorai, a pletykamagazinok és az internetes portálok közötti átjárás és kölcsönhatás mind a hírek, mind a „szakértők” tekintetében megfigyelhető. Az utóbbi években megjelenő sztárpletyka-blogok szerkesztői, a bloggerek, nem tartják magukra nézve érvényesnek a bulvárújságírás hagyományos normáit sem, és még a pletykamagazinoknál is erősebben kikezdehetik a sztárok gondosan föl épített imázsát (Fairclough, 2008). Ez a médium azonnali reagálásra és interaktivitásra ad lehetőséget, minden eddiginél jobban bevonva közönségét a sztárdiskurzusha.

A „magánélet” és az „intimitás” fogalmainak átértékelődése, a sztárok életének „transzparenciája” figyelemreméltó következményei a főntebb vázolt folyamatoknak. A mai hírességeknek tudatában kell lenniük, hogy amint kimozdulnak otthonaikból, a róluk készült felvételek azonnal fölkerülhetnek a pletykaportalokra, bekerülhetnek a sztármagazinokba vagy a televíziós adásokba. A sztárhírekkel és a róluk közölt képekkel kapcsolatos reakciók jelentős része a sztárok testére „fordítja rá” mindazt, ami a képeken látható vagy azzal kapcsolatban tudható: a hízás, a narancsbőr, a fogyókúrák vagy az alkoholizmus nyomait keresik testükön, megmutatják a sztárokról az elvonókúrák vagy a szépségeti műtétek előtt és után készült fotókat stb.

A testdiskurzus szempontjából szemügyre véve a sztárok médiamegjelenésének mai trendjeit, észre kell vennünk a „reality” (valóság-show) típusú televíziós műsorok jelentőségét is, amelyek nagyon népszerűek, egyre újabb változataik bukkannak föl, és más televíziós műfajokra is hatással vannak.

3.5. A valóság-show-k sztárjai

A versengő (kieséses) rendszerű valóság-show-k (például a Big Brother, A rettegés foka, Survivor, Celeb vagyok...) szereplői olyan feladatok elé kerülnek, amelyek sikeres teljesítéséhez a legfőbb erény az önuralom. Az önkontroll

elvesztése egyet jelent a kudarccal, sőt a kieséssel. A nézők leginkább azokat a résztvevőket „büntetik” kiszavazással, akik – nehezen tűrve a hosszú ideig tartó szoros összezártságot és a megterhelő feladatok végrehajtását – gyakran veszekednek társaikkal, intrikusak, elvesztik a humorérzéküket vagy a kezdeményező képességüket, esetleg túl gyámoltalanokká válnak. Persze tudjuk, hogy a valóság-show-k kimondott vagy kimondatlan alapkonceptiója szerint a résztvevőket olyan helyzetekbe kell hozni, amelyekben polarizálódhatnak a véleménykülönbségek, és amelyek magukban hordozzák az emberi konfliktusok kialakulásának lehetőségét.²³

A nézettségi kimutatások alapján úgy tűnik, hogy a valóság-show alap gondolata bevált: nézők millióit szögezi a képernyő elé, ha másokat megdöbbenni, viszolyogni, önmagukból kifordulva veszekedni, az eléjük táruló feneketlen mélységtől remegni vagy az örült száguldástól elfehéredni látnak. Vajon a résztvevők számára mi a közös az olyan próbatételekben, mint a hosszú ideig tartó összezártság, a szexuális csábítás, a lángoló házban való futás vagy a magashól való zuhanás? Nem nehéz rájönni, hogy kevésbé a fizikai, mint inkább a mentális korlátok meghaladása jelenti a kihívást.²⁴ A műsor készítőinek fő törekvése mindemellett az, hogy az audiovizuális élmények hatására maguk a *tévézők* éljék át határhelyzetként azt, ahogy a szereplők leküzdik az eléjük kerülő akadályokat. A cél érdekében fölhasznált eszköztár régtől fogva ismert a mozgókép szakmából, ilyen egyebek között a kamera pozíciójának és látószögének megválasztása, az utómunkálatok során elérhető vizuális effektusok (például a képroncsolás, a képbarnítás), az utólag hozzákevert hanghatások (például a krokodil „hörgése”), a főcímmzene, a vágással elért kép(zet)társítások, a képek ritmusa.

Mivel a közönségélmény főleg az azonosuló átélésből származik,²⁵ a valóság-show nézőjét leginkább a képzelet jelenlét köti a képernyő elé. A résztvevők helyzetének és viselkedésének televíziós élményére adott nézői reflexiók az önkéntelen beleélésen alapulnak: mérlegelik, hogy hasonló helyzetben ők miként cselekednének, éreznének és gondolkodnának. A valóság-show sikere tehát azon múlik, hogy a megszerkesztett komplex audiovizuális élmény hitelessé teszi-e a közönség számára a megkonstruált határhelyzeteket, és ezzel a mentális határok feszegetése intenzíven átélhető-e vagy sem. A valóság-show-k mesterségesen létrehozott határhelyzeteivel kapcsolatban tehát a félelmek és az indulatok lecsillapítása a fő kihívás mind a résztvevők, mind az események televíziós szemtanúi számára.

A néző a testükkel megjelenő, a testüket használó embereket lát a képernyőn. A valóság-show résztvevői mesterséges helyzetekben „szerepelnek” (talán nem szerepeket játszunk mi mindannyian egész életünk folyamán?), de testhasználatuk önkéntelenül is árulkodik a személy habituális jellemzőiről. A határhelyzetekben mutatkozik meg igazán, hol húzódnak a habitus, vagyis a társadalmi interakciók sorozatában elsajátított „jártasság” határai. A résztvevők szélsőséges helyzetbe hozott emberek, akiknek különleges körülmények között kell szokatlan feladatokat megoldaniuk: kígyóktól nyüzsgő kádba ugranak (A rettegés foka), toronyház ablakából másznak ki (A rettegés foka) vagy mások gúnyos megjegyzéseit kénytelenek eltűnni (Való Világ, Big Brother). A siker (vagyis a szélsőséges körülmények és szokatlan szituációk elviselése) érdekében a show résztvevői leginkább a habitusukban bízhatnak, a rutinszerűen testükbe ivódott cselekvési mintákra támaszkodhatnak, ellenkező esetben „leblokkolnak”, tetteik céltalanná és szétszórttá válnak.

Marcell Mauss ([1935] 2000) francia etnológus szerint a cél-eszköz jellegű testi megnyilvánulásokat a „test technikái” irányítják, hiszen egyebek között elsajátítjuk a társadalmilag elfogadható járás, menetelés, evés, fizikai munkavégzés, várakozás és ülés módjait. Összességükben a testtechnikák a test mint eszköz (szerszám) segítségével végzett hatékony cselekvések mintái. A test technikáit a társas környezetünkben létrejövő interakciók sorozataiban (vagyis a szocializáció folyamán) tanuljuk meg; a testhasználat kulturális mintái tehát az egyén társadalmi helyzetéhez alkalmazkodnak, illetve abból fakadnak. Az a habituális jellemző, amelyet hétköznapi szavakkal rátermettségnek, önfegyelemnek, magabiztosságnak nevezünk, és ami egyes valóság-show résztvevőinek sikerei mögött is meghúzódik, jelentős mértékben a szocializáció során elsajátított testtechnikák begyakorlottságán (belsővé tételének erősségi fokán) és jellegén múlik.²⁶ Innen nézve a valóság-show a maga kreált határhelyzeteivel a habitusok elbizonytalanítási kísérleteként értelmezhető, vagyis ez a televíziós műfaj a testtechnikák megkérdőjelezésében aktív igazán.

Természetesen csak a valóság-show résztvevőit teszik ki tényleges próbáknak, a nézőt nem. De akármennyire is megtervezettek e próbatételek, a valóság-show nézőinek – mások látványán keresztül – alkalmuk nyílik arra, hogy reflektáljanak saját testtechnikáik kulturális mintáinak jellegére és határait²⁷ – sőt készletét érezhetnek erre, hiszen a műfaji sajátosságokból fakadóan, a valóság-show folyton rákérdez e határookra. Tehát miközben a valóság-show celebjének testi megnyilvánulásai a tette készségről, az undorról, a bátorságról vagy az önbizalom hiányáról árulkodnak, egyben jelentéseket generáló nézői reflexiók forrásai is.²⁸ E nézői megnyilvánulások a testtechnikák kulturális mintáinak diszkurzív „kitapogatásához” járulnak hozzá, hiszen a televíziós élmények következtében újra meg újra beszéd alá vonják (megerősítik vagy megkérdőjelezzik, újraalkotják) e mintákat.

Láthatjuk, hogy a valóság-show jellegű televíziós műsorok a testhasználat kulturális mintáiról folytatott beszédre ösztönöznek. Mivel azonban a hatalmi összetevő az emberi élet minden aspektusában jelen van, ilyen vonatkozásokban is meg kell vizsgálnunk a sztárok testéről szóló médiadiskurzust. A test ábrázolása és a testről szóló beszéd is hatalmi kérdés, amennyiben kiemeli tárgyát az ismeretlenség homályából, ráirányítja a figyelmet, valamint hozzákapcsolja bizonyos képzetekhez, normákhoz, ítéletekhez. Történetiségében szemlélve a testről folyó diskurzust, azt keressük, hogy mikor, milyen beszédformák és gyakorlatok uralták azt, miként tették beszéd tárgyává a testtel kapcsolatos eljárásokat, illetve milyen diszkurzív stratégiák részei e megszólalások. A sztárokkal, a sztárok testével kapcsolatban eddig leírtak értelmezéséhez segítségül hívjuk a társadalomelméletnek azokat a jeles képviselőit, akik azt igyekeztek föltárni, hogy miként valósult meg korszakonként a nyugati ember testének ellenőrzése a beszéd, az életutak irányítása és a mindennapi gyakorlat által. Nézőpontjuktól az emberek ellenőrzése a modern és a posztmodern nyugati társadalmak fő szervezőelvei: a fegyelmelés és a moduláció szerint valósul meg.

4. Az emberi test és a társadalmi kontroll

A nyugati társadalmak történetében a testre irányuló intenzív orvosi, közigazgatási, egyházi, irodalmi, büntetéstechnikai figyelem már korábban kialakult, mint a test filozófiai és társadalomtudományi reflexiói. A képzőművészet (Van Gogh, Cézanne), az irodalom (Baudelaire), a lélektan (Freud) és a filozófia (Nietzsche) alapvető szemléletváltását a racionalitást abszolutizáló és a szexualitást álszent módon elnyomó, modern polgári társadalom 19. század végi kulturális válsága kényszerítette ki. Az emberi szexualitás középpontba állításával Sigmund Freud (és azóta számos követője) is kísérletet tett a test, a tudat és a kultúra állapota közötti összefüggések megfogalmazására. Mégis elsősorban Friedrich Nietzsche filozófiája szolgálta a szellemi munciót azon elméletalkotók számára (Heidegger, Foucault, Derrida, Walter Benjamin), akik a modern ember létállapotáról gondolkodva fölismerték a test jelentőségét (Turner 1997: 21–29). Nietzsche érzelmeiket, erőszakot és testiséget igénylő filozófiája egyben társadalomkritikai program is, amely a német középosztály – szókratizmusra és a felvilágosodás eszmeiségére épülő – észak-kultuszát, illetve a protestantizmuson alapuló aszkézisét és individualizmusát vette célba. Hitt abban, hogy a dionüszoszi mámor (vagyis a testi ösztönök és szenvedélyek kiélése) és a művészi kreativitás társadalomújító erejű, mert hozzájárul a valóság komplexebb észleléséhez.

A szociológia és a brit gyökerű kritikai kultúrakutatás (*cultural studies*) az 1980-as évekig csak marginálisan foglalkozott a test kérdésével (Turner, 1997), azóta viszont nagyon sok publikáció jelent meg a témában.²⁹ Ezek az újabb írások – melyek többek között a szervezeti emberrel, a beteg emberrel, a testmódosításokat végző emberrel foglalkoznak – jelentős mértékben támaszkodnak Michel Foucault életművére. A francia filozófus-történész³⁰ gondolkodásában Nietzsche hatása³¹ leginkább abban ragadható meg, ahogy állást foglalt az „igazság” konstruált természetéről. Műveinek sorával igyekezett bizonyítani, hogy a nyelv, a „szép élet”-ről való meggyőződés, az örület – ezek mind „dolgok” (tárgyak), amelyeket a társadalom tagjai hoznak létre akár banális, gyakran kicsinyes mindennapi törekvéseik, harcaik, együttműködéseik során. Talán meglepő, de „még az ember saját teste, vágyai és élvezete is efféle alkotómunka terméke” (Sutyák, 2007: 186). Egyáltalán nem szokványos írásaiban Foucault azt a filozófiai kérdést járja körül, hogy a modern szubjektum hogyan találhatja és értheti meg önmagát, vagyis a hatalmi stratégiák és az önszerveződő, diszkurzív mezők miként teszik lehetővé számára az önmagáról és a világról való tudás megszerzését.

Történeti munkáiban Foucault kimutatja (1990, 1998, 2000, 2004), hogy a 18. század folyamán az állampolgár új fölfogása alakult ki a felügyeleti technikák fegyelmező hatásának következtében. A társadalmi felügyelet makropolitikáját (ami a városiasodás, a népesedés, az ipari forradalom termelési kényszereire való reakcióként is értelmezhető, lásd Turner, 1997: 35–36) olyan intézmények működtetése biztosította, mint az új típusú börtönök, laktanyák, iskolák, elmebetegintézetek és kórházak, sőt a városstervezésben is tetten érhető. Az újkori társadalmak ezen intézményei állandó megfigyelés alá vonják az embereket, megszámlálják, nyilvántartják és ellátják őket „hasznos” feladatokkal, előírják étrendjüket, pihenési és munkaidejüket, mozgásuk helyét és jellegét – és mindennek a funkciója a társadalom ellenőrzése és megregulázása a tervezhetőség és egységes irányítás érdekében. Az emberi test és általában a társadalom állandó megfigyelésének metaforájaként állítja elénk Foucault (1990) az angol Jeremy Bentham angol jogász, filozófus és társadalomreformer (1748–1832) Panoptikonját, egy soha meg nem valósult börtönépület tervét. Bentham elképzelése szerint néhány ór úgy tudta volna szemmel tartani és őrizni a foglyokat, hogy azok nem is látják őket; vagyis a fogva tartottak csak sejtik, hogy állandóan figyelik őket, de soha nem tudhatják, hogy éppen kik, honnan és mikor teszik ezt.

A polgári világszemlélet racionalizálni akarta a szexuális magatartást és a vágyakkal rendelkező emberi testet, ahogy szembeszegült mindennel, ami energiapocséklással, heves élvezetekkel járt (Foucault, 1996). Ostorozni kezdik a gazdagok és kicsapongók öncélú tobzódásait, a nőtleniséget és a szabadosságot, és éppen ezzel a testre irányuló figyelemmel indul meg a szexualitás, a test diskurzusa. Miközben a viktoriánus kor prűd embere sorra tilalomfákat állít a testiség megnyilvánulásai elé, valójában a szexualitás iránti nagyfokú érdeklődést mutatja: meghatározza elfogadható módjait, helyeit és céljait, retorziókat helyez kilátásba, ugyanakkor fölhatalmazást ad egyes intézmények specialistaiknak, hogy intim közelségben foglalkozzanak a testi folyamatokkal. A testről és a nemi vágyról a laikus számára ismeretlen szaknyelven beszélnek (pszichiátria, orvoslás), továbbá osztályozzák, harmonizálják és fegyelmezik (sport, étrend), egyes megnyilvánulásait pedig megtiltják (például az egyház és a neveléstan az önkielégítést).

Talán már ennyiből is előtűnik, hogy Foucault a hatalomról egyfajta mikropolitikaként is gondolkodott, amely „mindenütt és sehol jelenlévő” felügyeletet jelent. Ezt a hatalmat a társadalom tagjai maguk hozzák létre és kényszerítik magukra. Úgy látta, hogy a polgári társadalom és állam léte a 18. század közepe óta egyre kevésbé a külsődleges erőszakgyakorlásra épül (például a rendőri szerveken keresztül); sokkal inkább arra, hogy az egyének önmagukat fegyelmezik, mert bensővé válik az emberekre háruló sokirányú kötelezettség és elvárás. A hatalom tehát két úton bír hatással az egyénre: a makropolitika objektíválja (személyét és teljesítményét megszámlálja, megméri, kartotékolja, fejlődését diagramokon ábrázolja stb.), a mikropolitika pedig szubjektíválja, azaz követendő mintát, önképet, identitást kínál föl számára, amely az önismeret alapjává válhat. A fegyelmező társadalom (a hatalom) ezáltal hatol be az emberek közötti érintkezések világába, sőt az ember testébe, intim érzelmi-tudati világába is. Ahogy látjuk, a modern polgári társadalmak a test sokrétű felügyeletére és fegyelmezésére épültek.

Norbert Elias német szociológus is hasonló gondolatokat fogalmazott meg az egyénre irányuló társadalmi elvárások és kényszerek változásáról. Főműve, *A civilizáció folyamata* 1933-ban íródott. Ennek fő tétele, hogy a nyugat-európai társadalmak „civilizációs folyamata” a társadalmi rend és a hatalomgyakorlás (vagyis az állam) szociogenezisének következménye. A középkor és az újkor folyamán fokozatosan épültek ki az állandó ellenőrzésen alapuló, erőszakmentes hatalomgyakorlás technikai és struktúrái, azaz a képzett igazgatási bürokráciák. Elias azt

bizonyítja, hogy az egyéni viselkedésben és az emberi kapcsolatok jellegét meghatározó tényezőkben a külső kényszerek (a fizikai kényszerítés) felől a belső kényszerek (a szégyenérzet, a racionális gondolkodás, az érzelmi elfojtás) felé való eltolódás mutatható ki. Az állam szociogenezisének egyéni szinten – a kölcsönös függések fokozódásából fakadóan – az emberi ösztönstruktúra átalakulása felel meg. Nemcsak a vitás ügyek kezelésének módja, az evés vagy a köpködés, de a gondolkodás és a beszéd módja – összességében a társas viselkedés és a mindennapi kultúra egésze – lassú, de biztos átalakuláson ment keresztül az európai középkor és újkor folyamán. A 17–19. században már a megerősödő polgárság is igényt tartott az „udvari ismeretekre”. Először a tehető polgárság tette magáévá az udvari viselkedés tanait, amelyek aztán lassan elterjedtek és demokratizálódtak.³²

Elias szerint a civilizációs változások nagyobb önkontrollhoz (önuralomhoz) vezettek, az emberek kénytelenek jobban ellenőrizni ösztön- és indulatstruktúráikat. Ami a lovagi udvarokban még természetes volt (vitás ügyeket fizikai erőszakkal elintézni, földre köpködni, kézzel enni és asztalnál böfögni), az idővel elfogadhatatlanná vált. Az emberi kapcsolatok szabályozásában egyre nagyobb értékévé vált a racionalizáló, előrelátó gondolkodás. Az egyének belső világának fejlődése az érzelmileg semleges világkép és a differenciáltabb, szilárdabb felettes én-apparátus³³ irányába mozdult el. Összefoglalva: az európai (nyugati) típusú társadalmakban az emberek közötti kapcsolatok szabályozásában a külső kényszerektől a fokozódó önkontrollon keresztül az automatikusan ható egyéni önkényszer (lelkiismeret, szégyen- és kínosságérzés) veszi át a testi viselkedés, a kommunikáció és a gondolkodás irányításának funkcióját.

Foucault és Elias modernitás-elemzései nagyon hasonló eredményekre vezettek, de ezekből már eltérő következtetésekre jutottak (Smith, 2001: 112). Elias a modern ember társadalmi létezéséhez szükségesnek látja az önkontroll kiépülését és a racionális, tervező gondolkodás megerősödését. Foucault mindebben az emberi kreativitás fő forrásával való fokozatos kapcsolatvesztést diagnosztizálja. Dennis Smith (2001: 112) a kettejük kutatói habitusának összehasonlításakor Eliast a vihart átvészelő halással azonosítja, míg Foucault-ban a Panopticon megfigyelés alatt álló foglyát ismeri föl. Szerinte nincsenek ők ellentmondásban, mert a modernítésra mindkét léthelyzet jellemző.

Eddig a nyugati modernitás időszakáról beszéltünk Foucault és Elias kapcsán, de fölvetődhet a kérdés, hogy milyen viszonya van a ma emberének a saját testéhez, illetve milyen testpolitikák jutnak érvényre korunkban. A 20. század második felének és az ezredforduló óta eltelt éveknek a nagyon sokrétű, globális léptékű, gyors és mély változási folyamatai³⁴ a társadalmi hatalom természetét is átalakították. A „posztmodernitás” egyik lényegi jellemzője az, hogy a hatalomnak nem a Panopticon többé a modellje. Az ellenőrzés új módjai – ahogy azt Foucault is megjósolta – immár nem a zárt, intézményesült terekben mozgó ember megfigyelését helyezik előtérbe, hanem az egyénre helyezik a hangsúlyt (Deleuze, 1997). Míg a *fegyelmező társadalom* számára az iskola, a börtön, a gyár, a kórház, a laktanya és a család is az *elzárás* (és az elzárva megfigyelés) analógiás mintáiként (Deleuze szavaival: „öntőformáiként”) működött, addig az *ellenőrzés társadalmában* a *moduláció* szervezőelve uralkodik el.

A modern, fegyelmező társadalom különböző intézményekbe tereli az egyéni életutakat, ahol megfigyeli, megszámlálja, megméri, kartotékolja és megregulazza az emberi testeket. Menetelteti, kórházi ágyakba fekteti (ahol várnia kell a vizitre, a műtetre, a lázmérőre), futószalag mellé állítja az embereket (ahol a szalag sebességéhez igazítja a munkafázisok elvégzését), az iskolapadba és az irodaasztalhoz ülteti őket (ahol akkor szólalhat meg, ha kérdezik) és így tovább. Az ellenőrző hatalom már ritkábban köti zárt terekhez az egyént, az emberi testet pedig egyre kevésbé vezényszóra irányítja. Az ellenőrzés újfajta „szociotechnikai mechanizmusai” terjednek el, amelyek már az egyes ember testéhez képest nem külsődleges, hanem belső természetűek (interiorizáltak). Két értelemben is. Egyrészt gondoljunk azokra a – gyakran az emberi testhez kötődő – technológiai eszközökre, amelyek láthatatlanul és folyamatosan figyelik, irányítják, korlátozzák az egyén mozgását, sőt fiziológiai működését is: a mobiltelefonról és az elektronikus gallérról kezdve a szívbe ültetett pacemakeren és a térfigyelő kamerákon keresztül a belépési jogosultság ellenőrzésére alkalmas kártyákig. Ezek az eszközök a hagyományos intézmények szigorú térbeli korlátozó jellegét bizonyos mértékig föloldják, és nagyobb mozgási szabadságot biztosítanak az emberek számára, ugyanakkor rugalmasan átprogramozhatók a változó céloknak megfelelően: a kód, a hozzáférési jogosultság, a jeladási gyakoriság, az észlelési érzékenység átállítható vagy akár meg is szüntethető.³⁵ Másfelől a posztfordiánus kapitalista termelési rendszereknek az emberi kreativitásra és az egyén állandó fejlődésére van szükségük.³⁶

A legkülönbözőbb fórumokon folyamatos önképzésre szólítják föl az embereket (a jelszó az „élethosszig való tanulás”), az „intelligens szervezetek” pedig „kreatív team-munkát” igényelnek. Elvárt, hogy az adminisztratív dolgozók is csapatszellem-erősítő, kreativitást vagy kommunikációs készségeket fejlesztő tréningeken vegyenek részt. A különböző „humán erőforrás” technikák (kiválósági és karriertervezési programok, javadalmazási rendszerek, tréningek) és az újabb vezetési módszerek (TQM, BPR, kompetencia-menedzsment) segítségével a munkaadók már arra tesznek kísérletet, hogy az alkalmazottak újradefiniálják a saját egyéniségükkel kapcsolatos értelmezéseiket, beleértve a testükhöz való viszonyt is (Townley, 1994; Felföldi, 2006). A testre vonatkozó munkahelyi elvárásoknak való megfelelés a testtechnikák megváltoztatásával is együtt jár. A szervezeti „dress code”-hoz való alkalmazkodás, a „fittség” igényének való megfelelés, a kommunikációs készségek elsajátítása az individuális és az akaratlan testi megnyilvánulások mellőzését igényli az ellenőrzés társadalmában. Vagyis a „munkaerőpiacra belépő” embernek a saját testének észlelési folyamatában³⁷ magas fokú önuralommal, a szakmai út tervezésének képességével és az egyéni felelősség erős tudatával kell rendelkeznie a remélt siker érdekében (munkalehetőség, karrier, elismerés).

Gilles Deleuze (1997) szerint „egy új uralmi rendszer progresszív és szétszórt bevezetésének” szemtanúi vagyunk. Ez az új uralmi rendszer az individualizált egyénre és annak a maga testi és tudati képességeivel szemben támasztott felelősségtudatára épít. A posztipari társadalom munkaerő-piaci logikája az emberi egészséggel kapcsolatos képzeteinket is gyarmatosítja, hogy a munkaerő optimalizálásának szolgálatába állítsa. „Az egészség

többé már nemcsak egyensúlyi állapot, hanem a személyes és szakmai kiteljesedés ideálja is” – állítja Francois Cusset (2008: 16.) francia író és szellemtörténész. Mint írja, a biztosítók, az egészségiparban érdekelt felek és a szakmédiák „az egészséget a megelőzés egyéni kötelességeként definiálják újra a »kockázat« ma uralkodó logikája és annak egyénre vonatkozó vádjá szerint”.

Összegzés: a megtestesített sztár, a rajongó tekintete és a társadalmi kényszerek

A 18. századra nyúlnak vissza annak a test iránt mutatott széles körű érdeklődésnek a gyökerei, amely korunk nyugati társadalmait ma jellemzi. A kifejlődő polgári társadalmak egyre szenvedélyesebb érdeklődést tanúsítottak az ember testi folyamatai, testfelépítése, vágyai, életvitele, szexuális gyakorlatai és rögeszméi iránt, kialakítva egyebek között a nemiség közhatalmi, pedagógiai, egyházi, orvosi, kriminalisztikai diskurzusait (Foucault, 1996). A pszichoanalízis, a taylori vezetési elvek gyakorlatba ültetése (Bahnisch, 2000), a versenysportok elterjedése, a genetika eredményei vagy a szexuális forradalom is azt mutatják, hogy az utóbbi kétszáz évben nem csökkent a nyugati társadalmaknak az emberi testre irányuló figyelme. A sztárdiskurzus is kétségkívül illik ebbe a sorba, amelynek van egy mára természetessé vált jellemzője, miszerint a sztár képi megjelenítése elengedhetetlen, mert a róla való beszédhez nem elégségesek a kimondott vagy írott szavak.

A sztárdiskurzusban idővel elsődlegessé váltak a képek, éppen a sztártest láthatóságának igénye miatt. Ahogy láttuk, az ideális test vallási, „tudományos” vagy orvosi célú ábrázolásairól az elemzés a társadalmi egységesítés és kizárás szándékát mutatta ki. A sztárokról szóló képes híradásoknak is kulcselemük a testi eszményítés, de a társadalmi reprodukció biztosításának, a társadalmi megújítás igényének, a faji felsőbbrendűség bizonyításának és a jó állampolgár fölmutatásának szándéka ma már kevésbé játszik szerepet. Sokkal inkább a diskurzus része a határok kitapogatása, vagyis az arról való beszéd, hogy a sztár teste milyen megpróbáltatásokat bír el (alkohol, drog, terhesség, öregedés, különleges élethelyzetek, fogyókúrák), vagy a szélsőséges helyzetek milyen testi változásokhoz vezetnek. Az érdeklődés másik területét a külső megjelenés és a siker, a népszerűség, a karrier közötti összefüggések jelentik.

A média segítségével a rajongó tekintete behatol a sztárok magánszférájába, gyakran szó szerint a bőrük alá (például a szépészeti műtétek kapcsán), a valóság-show-k pedig egyenesen a sztárok begyakorolt testtechnikáinak (vagyis habitusának) a határait teszik próbára. A sztárokkal, korunk bálványával kapcsolatban tehát már rég nincsenek egyértelműségek, sőt a bizonytalanság, a többértelműség a diskurzus egyik fő hajtóelve. Korunk médiájának mindennapos gyakorlata, amely a szó konkrét és átvitt értelmében is lemeztelenítve kínálja föl nekünk (a nézőnek, a rajongónak) a sztártestet, elválaszthatatlan mindennapi életünk tapasztalataitól. Akár tetszik, akár nem, a társadalom a test folytonos figyelését, rendszeres próbatételeit, készenléti állapotát, fegyelmezését kívánja meg a munkát, szülői feladatokat vállaló, iskolába járó, városban közlekedő vagy közéleti életet élő embertől, tehát ezekkel a kényszerekkel nemcsak a sztárok szembesülnek. Jóformán mindenkinek számolnia kell a folytonos megfigyelés lehetőségével – gondoljunk a vállalati és köztéri kamerákra, a munkahelyi e-mailek szűrésére, az internetes barangolás követhetőségére. A személyes imázs építése egyre terjedő kíváncsi (például a munkahelyi előmenetel miatt), és ennek fontos eleme az öltözködésre, a jól ápoltságra, az állóképességre vonatkozó elvárások teljesítése. A felelős öngondoskodás sűrűn propagált elve alapján a test karbantartásának, a betegség megelőzésének egzisztenciális kényszere ugyancsak általánossá vált, hiszen a munkaadók jobban ragaszkodnak a keveset betegeskedő alkalmazottakhoz, továbbá az egészségügyi szolgáltatásokért is egyre nagyobb önrészt vagyunk kénytelenek vállalni. Végül, ma már hazánkban sem ritka, hogy a munkahelyi vagy a szakmai váltás miatt egész családok költöznek új településre (akár öt-tízévente is), ahol az új társas közegben (új szomszédsági, munkahelyi, iskolai környezetekben) a testhasználat, a habitus is kihívások elé kerül.

A diszkurzív megtestesítés eljárásai segítségével a média (elsősorban a sztárpletyka-média) a „sztár” nevű társadalmi típust formálta ki a közönsége számára. A sztárjelenség magyarázatának egyik lehetséges keretét próbáltam körvonalazni, amely szerint a sztár teste sűrítetten utal mindazokra a jellemzőkre, amelyek az ellenőrzés társadalmában az uralom gyakorlásának feltételrendszeréhez kötődnek. Természetesen az ellenőrzés társadalmában is érvényesül a fegyelmező társadalom testeket korlátozó gyakorlata és logikája. De az új normák, amelyek főleg a magas fokú önkontrollban, a testi jellemzőkre irányuló erős figyelemben és az előrelátó gondoskodás kényszerében jutnak érvényre, a társadalmi élet számos területén létjogot nyertek. A sztárok közönsége pedig, mivel a saját testére és énjére nehezedő nyomásként éli meg a vele szemben támasztott elvárásokat és kényszereket, folyton vizslató tekintetével maga is nagy nyomást gyakorol bálványaira, a sztárookra.

Felhasznált irodalom

Bahnisch, Mark (2000): *Embodied Work, Divided Labour: Subjectivity and the Scientific Management of the Body in Frederick W. Taylor's 1907 'Lecture on Management'*. *Body & Society* 6 (1), 51–68.

Blaikie, Andrew & Mike Hepworth & Mary Holmes & Alexandra Howson & David Inglis & Sheree Sartain szerk. (2003): *The Body. Critical Concepts in Sociology*. London: Routledge.

Bourdieu, Pierre (1978): Hevenyészett megjegyzések a test társadalmi észleléséről. In: Bourdieu, Pierre: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelése*. Budapest: Gondolat Kiadó, 151–164.

Cregan, Kate (2006): *The Sociology of the Body. Mapping the Abstraction of Embodiment*. London: Sage.

Cusset, François (2008): Testünk „egészségtökéje”. *LE MONDE diplomatique (Magyar kiadás)*, január, 16. Online forrás: http://www.monde-diplomatique.hu/IMG/pdf/16_LD_0801_scr.pdf (utolsó letöltés: 2008. december 28.)

- Császai Lajos (2008): A televíziós talk show története és műfaji sajátosságai. *Médiakutató*, tavasz, 17–32.
- Davis, Victor (2002): The Father of Scandal. *British Journalism Review*. 13 (4), 74–80.
- Deleuze, Gilles (1997): Utóirat az ellenőrzés társadalmához. In: Sugár János (szerk.): *Buldózer. Médiaelméleti antológia*. Online forrás: <http://193.6.201.253/00100/00140/html/index.htm> (utolsó letöltés: 2008. december 17.) Az írás eredetileg franciául jelent meg a *L'Autre journal* 1990/1. számában.
- Dyer, Richard ([1979] 1998): *Stars*. London: British Film Institute.
- Elias, Norbert ([1933] 2004): *A civilizáció folyamata*. (2. magyar kiadás) Budapest: Gondolat Kiadó.
- Fairclough, Kirsty (2008): Fame is a Losing Game. Celebrity Gossip Blogging, Bitch Culture and Postfeminism. *Genders Online* 48. Online forrás: http://www.genders.org/g48/g48_fairclough.html (utolsó letöltés: 2008. december 12.)
- Felföldi Barnabás (2006): A diskurzus fogalma a szervezetkutatásokban. In: Földi Éva (szerk.) *Társadalom és kultúra. A Kommunikáció- és Művelődéstudományi Intézet tanulmánykötete*. Budapest: Zsigmond Király Főiskola, 35–45.
- Forth, Christopher E. & Ivan Crozier, szerk. (2005): *Body Parts: Critical Explorations in Corporeality*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Foucault, Michel (1990): *Felügyelet és büntetés. A börtön története*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Foucault, Michel (1996): *A szexualitás története I. A tudás akarása*. Budapest: Atlantisz Kiadó.
- Foucault, Michel (1998): *Az igazság és az igazságszolgáltatási formák*. [Ford. és az utószót írta: Sutyák Tibor] Debrecen: Latin Betűk Kiadó.
- Foucault, Michel (2000): *Elmebetegség és pszichológia. A klinikai orvoslás születése*. Budapest: Corvina Kiadó.
- Foucault, Michel (2004): *A bolondság története a klasszicizmus korában*. Budapest: Atlantisz Kiadó.
- Gilman, Sander L. (1995): *Health and Illness: Images of Difference*. London: Reaktion Books.
- Hadas Miklós (2003): *A modern férfi születése*. Budapest: Helikon Kiadó.
- Hersey, George L. (1996): *The Evolution of Allure: Sexual Selection from the Medici Venus to the Incredible Hulk*. Dublin: NetLibrary.
- Holmes, Su (2005): 'Off-guard, Unkempt, Unready?': Deconstructing Contemporary Celebrity in *heat Magazine*. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 19 (1): 21–38.
- Jenei Ágnes (2008): A sztár változó fogalma. Jenei Ágnes beszélgetése Buda Béla pszichiáterrel, György Péter esztétával és Ómolnár Miklóssal, a Story Magazin főszerkesztőjével. *Médiakutató*, tavasz.
- Mauss, Marcel (2000 [1935]): A test technikái. In: *Szociológia és antropológia*. Budapest: Osiris Kiadó, 423–446.
- McKie, Linda & Nick Watson szerk. (2000): *Organising Bodies: Institutions, Policy and Work*. London: Macmillan.
- McLean, Adrienne L. (2004): *Being Rita Hayworth: Labor, Identity, and Hollywood Stardom*. New Brunswick, N. J.: Rutgers University Press.
- McNicholas, Anthony (2005): EastEnders and the Manufacture of Celebrity. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 2(2): 22–36.
- Mirzoeff, Nicholas (1995): *Bodyscape: Art, Modernity and the Ideal Figure*. London: Routledge.
- Scott, Sue & David Morgan szerk. (1993): *Body Matters. Essays on the Sociology of The Body*. London: Routledge.
- Shilling, Chris (2003): *The Body and Social Theory*. (2. kiadás) London: Sage.
- Shilling, Chris (2005): *The Body in Culture, Technology and Society*. London: Sage.
- Smith, Dennis (2001): *Norbert Elias and Modern Social Theory: A Critical Assessment*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Sutyák Tibor (2007): *Michel Foucault gondolkodása*. Máriabesnyő–Gödöllő: Attraktor Kiadó.
- Tenenbaum, Sara (2008): Through the Grapevine. *PopMatters*, 9 June. Online forrás: <http://www.popmatters.com/pm/feature/through-the-grapevine> (utolsó letöltés: 2009. január 8.).
- Townley, Barbara (1994): *Reframing Human Resource Management. Power, Ethic and the Subject at Work*. London & Thousand Oaks & New Delhi: Sage.

Turner, Bryan S. (1992): *Regulating Bodies: Essays in Medical Sociology*. London, England and New York, N. Y.: Routledge.

Turner, Bryan S. (1997): A test elméletének újabb fejlődése. In: Featherstone, Mike - Mike Hepworth - Bryan S. Turner: *A test. Társadalmi fejlődés és kulturális teória*. Budapest: József Műhely Kiadó, 7-51.

Williams, Simon Johnson (2003): *Medicine and the Body*. London: Sage.

Wolkowitz, Carol (2006): *Bodies at Work*. London: Sage.

Lábjegyzetek

258

A sztárokról, celebekről lásd még „A sztár változó fogalma” című, Buda Bélával, György Péterrel és Ómolnár Miklóssal készült kerekasztal-beszélgetésünket lapunk 2008. tavaszi számában, „Sztárcsinálók?” című, László G. Gerzsonnal rögzített interjúkat és Skaper Brigitta „Magyar filmsztárok a két világháború közötti Magyarországon” című írását lapunk 2008. őszi számában, Munk Veronika „Sztárság, elméletben” és Guld Ádám „A Madonna-jelenség és a sztárság konstituálódása a posztmodern médiában” című tanulmányát lapunk 2009. tavaszi, valamint „A celebek szerepe” című, Síklaki Istvánnal, Horányi Özsébbel és Karácsony Andrással készült beszélgetéssorozatunkat lapunk 2009. nyári számában - a szerk.

259

Lásd NYUZH.HU: <http://www.nyuuz.hu/php/blogcsop.php?csoport=11> (utolsó letöltés: 2009. június 23.).

260

Jelen dolgozat keretei között nem vállalkozom a „sztár” fogalmának szabatos definíciójára, mint ahogy nem célom a sztárkultúra, a sztárjelenség átfogó ismertetése és elemzése sem. A „sztár” szót nagyon általános kategóriaként használom, amelybe minden olyan, társadalmi mértékben ismert embert beletartozónak vélek, akinek a magánéletével és a testével a bulvármédia gyakorta foglalkozik. (Gyakori szinonimái: híresség, csillag, celebritás, celeb.)

261

Néhány példa a közelmúltból: „Liptai Claudia hízik és sír” (a cikk apropóját az adta, hogy a színésznő egy Afrikában forgatott magyar valóság-show műsorvezetője volt - F. B.), lásd <http://www.nana.hu/index.php?apps=cikk&cikk=41512> (utolsó letöltés: 2008. december 13.); „Nicole Kidman Reveals White Thong” (a cikk apropóját az adta, hogy 2008 végén mutatták be az *Australia* c. filmet, melynek Kidman játszotta a női főszerepét. - F. B.), lásd <http://www.javno.com/en/celebrities/clanak.php?id=213763> (utolsó letöltés: 2008. december 14.).

262

Sokszor vádolják a bulvármédiát azzal, hogy az újságírók meg nem történt eseményeket eszelnek ki, hazudnak, ferdítenek és túldimenzionálnak történéseket. Az itt fölvetett tudományos problémák szempontjából ezek nem releváns kérdések, mert az elemzés és az elméleti reflexiók azzal kapcsolatosak, (1) amit a média bemutat a sztárokkal kapcsolatban, (2) és ahogy ezt megteszi.

263

Az Amerikai Egyesült Államokban a 19. század végén az írekkel kapcsolatban elterjedt nézet szerint a pisze orr a szexuális ragadozó jellegre és a társadalmi fertőzés veszélyére utal (Gilman, 1995: 67-92).

264

Gilman (1995: 82-92) meggyőzően érvel amellett, hogy a modern orrplasztika tudományának fejlődése is szervesen kapcsolódik a rasszizmus fönt vázolt korabeli képzeteihez, a veszélyességnek és a tisztátalanságnak e társadalmi konstrukcióihoz. Az Egyesült Államokban Joe Orlando Roe - aki maga is hitt abban, hogy a pisze orr az emberi faj „degenerációjának bizonyítéka” - már az 1860-as években kidolgozott egy sebészeti eljárást a pisze orr „meggyógyítására” (lásd az előző lábjegyzetet!). A modern kozmetikai orrplasztika (rhinoplastika) másik úttörője egy asszimilálódott berlini zsidó családból származó orvos, Jacques Joseph volt, aki a 19. század végén, Berlinben dolgozta ki eljárását. Gilman kimutatja, hogy az orr műtéti formálásával (a „zsidó orrot” alakítva át „normális orrá”) Joseph - az egyébként egészséges - zsidó pácienseinek teljes társadalmi asszimilációjához kívánt hozzájárulni.

265

A Life magazinban például fotókkal illusztrált cikk jelent meg a színésznő biciklis kirándulásáról; másutt Hayworth hollywoodi luxusotthonába invitálják az olvasót, a képeken lenge pongyolában ülve látható hálószobájának franciaágyán és a híres *Gilda* című film címszereplőjeként viselt ruhákban pózol, lásd <http://images.google.com/images?q=Hayworth+source:life&hl=hu> (utolsó letöltés: 2008. 12. 17.) Rita Heyworth talán leghíresebb fotója a Life magazinban jelent meg 1941-ben, a Columbia Pictures közbenjárására (H. náluk volt szerződésben). A színésznő oldalról látható, amint egy ágyon térdel; hosszú szoknya van rajta, de fölötte csak kombinét visel. A képet a szerkesztők olyan kihívónak találták, hogy nem merték címlapra tenni, ennek ellenére hatalmas sikert aratott, és egy csapásra szexbálvánnyá avatta a 23 éves színésznőt.

266

Jelentése: bizalmas, bizalmaskodó, meghitt, titkos.

267

Habár a Confidentialban többnyire a hollywoodi filmsztárokról szóló pletykák jelentek meg, a szerkesztőség, élén Harrisonnal, az USA keleti partján, New Yorkban működött.

268

Az eredeti angol kifejezés: „up-from-the-gutter journalism”.

269

- A Time magazin szerint valójában csak 2 230 000 példány kelt el. Viszont számításba kell venni, hogy minden egyes példányt talán tizen is elolvastak; sőt olcsóbb másolatok formájában is kapni lehetett a *Confidentialt*.
- 270 Hazánkban például ilyen az RTL Klub „Fókusz” című műsora.
- 271 Ez a megállapítás a leginkább a 2008-ban indult ReflektorTv-re igaz. A néhány évvel korábban kezdő StoryTv vegyesebb műsorkínálatú, és a saját gyártású műsoraiban többet foglalkozik a magyar hírességekkel.
- 272 A NévShowr 2008 óta az ATV-n fut.
- 273 A Magyar Televízió híradóinak internetes portálja, a Híradó Online (<http://www.hirado.hu/>) ugyanakkor egészen más képet mutat ebből a szempontból: a „Retikül” link alatt „Pletykák”, „Sztárhírek” és „Képgaléria” található. Itt ugyanazoknak a hírességeknek a nevei bukkannak föl, akikkel tele van a magyar és a nemzetközi bulvármédia is: Britney Spears pánikbeteg; Brad Pitt szerelmes üzeneteket küld Jennifer Anistonnak; Katie Price shoppingol Los Angelesben; Fekete Dávidtól (a hazai Megasztár 4. második helyezettjétől) elfordultak barátai. Az utóbbi hír érdekessége, hogy forrásként a *Hot!* pletykamagazint jelölték meg. A közszolgálatosság és a sztárokról szóló pletykák ezek szerint az internetes portálon már összeférnek, a képernyőn még nem.
- 274 Az ITV (Independent Television) 1954 óta működő kereskedelmi televíziós hálózat, amely Nagy-Britanniában országos és regionális adásokat is készít és sugároz. Neve a brit közszolgálati médiumtól, a BBC-től való függetlenségére utal.
- 275 A *heat* magazint 1999-ben alapították általános női magazinként, de egy év múlva Mark Frith főszerkesztő irányítása alatt irányt váltottak, és azóta sztárpletyka-magazinként éri el jelentős sikereit Nagy-Britanniában és Dél-Afrikában. A magazin mögött álló üzleti csoport (Bauer Consumer Media) 2007 óta a magazinéval megegyező tematikájú honlapot is üzemeltet Heat World címmel (<http://www.heatworld.com/>), továbbá 2008-ban létrehozta a Heat Radio nevű rádiócsatornát is.
- 276 Perez Hilton nem tévesztendő össze Paris Hiltonnal, a sztárpletyka-média számára újabb és újabb eseményekkel szolgáló celebbel. Perez Hilton – miután óriási ismertséget szerzett sztárpletyka-blogjával – az amerikai VH1 könnyűzenei csatornán bukkant föl saját műsorával. A VH1 (Video Hits One) az MTV (Music Television) testvércsatornája, mindkettő a Viacom csoport tagja. A VH1 1985-ben alakult, sokáig zenei videoklipeket sugárzott (akárcsak az MTV), de az utóbbi években részleges műsorkínálat-módosításba fogott, és egyre több könnyűzenei vonatkozású reality műsort készít, illetve sugároz (például Sober House; I Love Money; Rock of Love Bus). A csatorna honlapján (www.vh1.com) hangsúlyos szerepet kapnak a sztárpletykák, és a rajongóknak lehetőségük van megjegyzéseket (kommenteket) fűzni a honlapon található képekhez és videókhöz, amelyek nagyjából a saját gyártású produkciókhoz kapcsolódnak.
- 277 Az internetes blogolás az 1990-es évek közepe óta terjedt el, és a 2000-es évek közepén jelentek meg az interneten a pletykablogok.
- 278 Britney Spears 2008. januári „kiborulásáról” (amikor egy paparazzi-fotóst inzultált) videofelvétel készült, amely egykettőre a világhálóra került. Az eset után a háza előtt és a tárgyalóteremben készült videofelvételek segítségével a TMZ pletykaportálon (<http://www.tzm.com/>) élő adásban lehetett követni az énekesnő életének egyes epizódjait. A Gawker (<http://gawker.com/>) nevű pletykahonlap „celebvadászatra” invitálja a közönséget. Bárki jelezheti sms-ben, ha egy hírességbe botlik Manhattanben, a szerkesztők pedig megjelenítik egy térképen ennek a helyét és azt, hogy a híresség merre tart éppen a városban (Fairclough, 2008).
- 279 Például a következők olvashatók a képekre írva: „Már alig várom!” (a képen egy illuzionista pár látható, akik nemrég a show világába való visszatérésüket jelentették be); „Gyógyulj meg!” (egy brit sztár kórházba kerülése kapcsán); „Krumpli” (a képen látható híresség fejformájára utalva).
- 280 Sokszor a műsor készítői az utómunkálatok során, a vágószobában is a konfliktusos szituációk hangsúlyozására törekednek – az egyetértést és harmóniát sugárzó felvételek rovására.
- 281 A szereplők többnyire valós érzelmi reakcióit rögzítő felvételek használata azonban kevés a kívánt hatás elérése érdekében. Nyilvánvaló, hogy a valóság-show-k szereplőit csak a tényleges életveszélyt *imitáló* helyzetekbe hozzák, és a tévéstáb mellett szakemberek ügyelnek arra, hogy a szereplők fizikai és pszichés jóléte ne kerülhessen valódi veszélybe.
- 282 A szándékolt elidegenítés a népszerű kultúra alkotásainak ritkán a sajátja.
- 283 A „habitus” fogalmát Marcel Mauss „valamiben való jártasságként” definiálja (2000: 435); olyan ember leírására alkalmas e szó, „akinek megvan az a képessége, hogy minden jól összehangolt mozdulatát a célhoz igazítsa, jártas valamiben, »tudja a dolgát«” (436). A habitus mindig „társadalmi természetű” – állítja Mauss (428) –, amiből az következik, hogy ezek „főként a társadalmakkal, a neveléssel, a közmegegyezéssel és a divatokkal, a tekintéllyel változnak. Technikákat kell látnunk bennük, a kollektív és egyéni gyakorlati ész művét” (428-429).
- 284 Jellemző reakció: „Pfu! Tudod, ki enné meg azokat a kukacokat!”; „Ha milliókat fizetnének, akkor se ugranék le arról a toronyról!”; „Ez csak a csajoknak nehéz feladat, mert a seregben mindenkinek be kellett menni ilyen, füsttel elárasztott házba.”

285

A vizuális alkotások széles körével foglalkozó Nicholas Mirzoeff felhívja a figyelmet arra a nyilvánvaló, mégis sokszor mellőzött viszonyra, hogy a „[művészi] kifejezésben a test nem önmagaként jelenik meg, hanem jelként” (1995: 3). Ez képezi a vizuális eszközökkel megjelenített és a megélt, érzékelt testek közötti kapcsolat alapját. Igaz, a testi jelek bonyolult összességének (amit Mirzoeff „testképnek” [*bodyscape*] hív) értelmezése sohasem magától értetődő és egységes. A jelekhez metaforikusan társítható jelentéseket ugyanis maga az alkotó „sem képes teljes egészében ellenőrzés alatt tartani, legföljebb igyekszik behatárolni a szóba jöhető lehetőségeket a kontextualizálással, a megformálással és a stílussal” (1995: 3).

286

A teljesség igénye nélkül: Turner (1992), Scott & Morgan (1993), McKie & Watson (2000), Blaikie et al. (2003), Shilling (2003, 2005); Williams (2003); Forth & Crozier (2005), Cregan (2006), Wolkowitz (2006).

287

Foucault filozófusi, pszichológusi és pszichopatológusi diplomát szerzett. Az egyetem után két évig dolgozott egy elmegyógyintézetben, és részben az ott szerzett élményei inspirálták *A bolondság története a klasszicizmus korában* (1961, magyarul: 2004) című első könyve megírására.

288

Sutyák Tibor szerint (2007: 185–188.) három filozófiai életmű hatott legerősebben Foucault gondolkodására: Kanté, Nietzscheé és Heideggeré.

289

A mintaátvétel, az egyedi variánsok elterjedése, a differenciálódás lassan és fokozatosan történt. Ezt tükrözi az illendő viselkedésre használt fogalmak változása is: „courtoise” – „civilité” – „civilisation”. A „civilizált” viselkedés tanainak és gyakorlatának fokozatos elterjedésével párhuzamosan az arisztokrácia és a polgári elit más megkülönböztető jegyeket keresett magának: zártkörű klubokat, magángyűjteményeket hozott létre és látogatott (ezekből lettek később a nyilvános galériák és múzeumok), kifinomult beszédstílust alakított ki (amelyet a média kezdett terjeszteni), utazni kezdett (amiből idővel kialakult a turizmus) és így tovább.

290

Ha nem is teljes egészében, de bizonyos elemeiben Elias átvette és alkalmazta a freudi mélylélektan elméletét.

291

Mindenféle értékelés nélkül idézzünk föl néhány globális változást, melyet a 2. világháború utáni évtizedek hoztak el: a munkásosztály és a parasztság számbeli csökkenése, a munka jellegének átalakulása, a politikai osztály hitelének eróziója, az infokommunikációs technológiák fölértékelődése, a termelés felől a szolgáltatások felé való eltolódás, a tudásalapú tevékenységek széles körű elterjedése, a fogyasztói attitűd megerősödése, a tömegmédia szórakoztató funkciójának fölerősödése a tájékoztató és nevelő funkció rovására, az ökológiai problémák előtérbe kerülése.

292

Jó példája ennek az információtechnológiai eszközökkel támogatott távoktatási formák bevezetése.

293

Ennek az egyik fő oka az, hogy az ipari termelést nagyjából a fejlődő országokba helyezték át, míg a termékek és szolgáltatások nagy szellemi kapacitást igénylő tervezése, illetve a kereskedelmi tevékenység szervezése és irányítása (marketing, pr stb.) a fejlett országokban történik. Az új piaci logika – a kiélezett piaci versenyben a fogyasztói igényekre való rugalmas és gyors reagálás igénye – ugyancsak a munkavállalók folytonos megújulási hajlandóságát kívánja meg.

294

A test észlelésének folyamatáról lásd: Bourdieu (1978).

295

A versenysportok elterjedése és a társadalmi modernizáció összefüggéseiről magyarul lásd Hadas Miklós *A modern férfi születése* című könyvét (2003).



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](#)

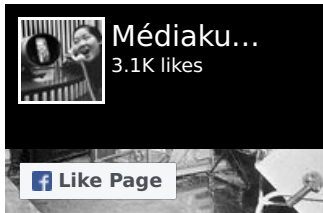
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2009 ősz

Testek

[Bors Réka:](#)

Pro-anorexia fórumok

Az evészavarok kommunikációs aspektusai

Hetente jelennek meg cikkek a nyomtatott sajtóban és az online médiában a különböző evészavarokról. Az anorexiában és a bulimiában szenvedők száma végesen nő, ráadásul az utóbbi néhány évben egy új jelenség is terjed a világhálón: az evészavarokat támogató, úgynevezett pro-eating disorder-honlapokról van szó. Dolgozatomban az anorexiát támogató fórumok látogatottságát és összetételét vizsgálom egy kérdőív segítségével, illetve megpróbálok rávilágítani a betegség és a honlapon található tartalom összefüggéseire.

1. Bevezetés

Úgy tartják, minden korszaknak megvannak a maga betegségei. A modern kor emberét fenyegető második leggyakoribb betegségecsoport a pszichés betegségeké. Vélhető okai a felgyorsult társadalmi és gazdasági változásokban, a háborúkban és az erőszak előtérbe kerülésében kereshetők: bár az emberiség egyik legbékésebb időszakát éljük, mégis több erőszakkal találkozunk a médiának köszönhetően. A leggyakoribb ilyen betegség a depresszió, amely közel 350 millió embert érint világszerte az Egészségügyi Világszervezet szerint (Moretti et al., 2009). A második fenyegető lelki eredetű baj az alkoholizmus, amely közel 140 millió ember életét keseríti meg.

Az emberek igen kis százaléka szenved különböző evészavarokban, úgyhogy ezeket a betegségeket nem soroljuk az „élmezőnybe”. Az anorexia nervosa azonban az egyik leggyakoribb halálos kimenetelű pszichés zavar, teljes gyógyulás – akár az alkoholizmusnál – szinte sosem következik be. Ez a jellemző nem a betegség természetéből, hanem a beteg hozzáállásából is fakad (Kirkpatrick & Caldwell, 2001). A 18–35 év közötti nők körében az esetek egy-négy százalékában fordul elő evészavar, és a betegek nyolc-kilenc százaléka veszti életét a betegség következtében (Túry, 2001). Az egészségtelen negatív testképpel együtt járó betegség a férfiak között is előfordul, de kisebb arányban (az evészavarok egy a háromhoz arányban jelennek meg a férfiak, illetve a nők esetében). A leggyakoribb pszichés betegség, a depresszió esetében ez az arány a kezeletlen betegeknél 15 százalékos (Sümegei et al., 2004).

A pszichológusok egy része szerint a modern társadalmakban, a fejlett országokban azért fordulnak elő ilyen nagy számban mentális betegségek, mert a család nevelő, szocializáló szerepét a média vette át (Forgács, 2008). A szociológusok szerint viszont a televízió az általános kulturális világszemlélet kialakításában segíti a nézőt, nem tölt be nevelő szerepet. A modern társadalom tagjai a tévéből, a rádióból, az újságból stb. kapott információkat értelmezni és rendszerezni tudják (Giddens, 2003). A média központi szerepet tölt be az emberek életében, ezt figyelembe kell venni az evészavarok tanulmányozásakor, de minden felelősség nem hárítható a televízióra vagy az internetre.

Az étel központi szerepet tölt be az emberek életében, de a jelentése megváltozott. Az „életadó táplálék” jelentést felváltotta egy veszélyes, bármelyik pillanatban ellenünk forduló rémkép. A modern emberek nagy részének negatív kapcsolata van az étellel. Retttegünk az elhízástól, a tartósító szerektől. Azt persze nem tudjuk utólag vizsgálni, hogy valóban mostanában vált-e „veszélyforrássá” az élelmiszer, vagy csak most kapott ekkora visszhangot. Sokan gondolják úgy, hogy az anorexia nervosa kialakulása betudható a reklámokban és a magazinok címlapján látható temérdek mennyiségű, „tökéletes” nőt ábrázoló képnek. Elgondolkodtat az azonban, hogy mára már olykor nyolcéves gyerekeknél (Kirkpatrick & Caldwell, 2001) is diagnosztizálják ezt az evészavart, ami alapján feltételezhetjük, hogy korántsem divatos betegségről vagy csupán túlzásba vitt fogyókúráról van szó. Az anorexia vizsgálatok végig szem előtt kell tartanunk, hogy komplex betegségről van szó, és kialakulásában sok különböző tényező vesz részt, amelyek közül nem emelhető ki a média, mint a betegséget kiváltó ok.

Dolgozatomban az evészavarokkal foglalkozó fórumok legújabb terepét, az internetet fogom vizsgálni. Az utóbbi néhány évben megjelent és már hazánkban is gyakori pro-anorexia – azaz anorexiát támogató – fórumokat elemzem. Kérdőív segítségével kívánom feltárni a magyar pro-ana közösségek egy részét, behatárolni, kik a tagjai ezen közösségeknek, milyen kapcsolat fűzi össze őket, milyen a viszonyuk az anorexiához.

Az egyik fő probléma az anorexia vizsgálatával kapcsolatban az, hogy – mint a pszichés betegségeknél általában – nehezen behatárolható zavarról van szó. Bár a szakirodalom nem különböztet meg többféle anorexiát, csak a „tisza” anorexiát tárgyalják, én két nagy csoportra osztom az anorexiás lányokat. Mivel a betegség konkrét okai még nem ismertek, ez az osztályozás tudományosan nem állja meg a helyét, viszont a kutatásom menetének és eredményeinek megértését segíti. Az egyik nagy csoportot az én elképzelésem szerint azok a lányok alkotják, akik (látszólag) rajtuk kívül álló okok miatt

lettek anorexiások. Azaz nem életmódként választották a betegséget, hanem lassan alakult ki bennük. Vélhetően ebbe a kategóriába tartoznának az olyan lányok, akiket különböző traumák, csalódások értek vagy szexuális zaklatás áldozatai voltak, és feltehető, hogy nagyrészt ez járult hozzá a betegség kialakulásához. A másik nagy csoportomba azok tartoznak, akik – saját bevallásuk szerint is – „divatból” lettek anorexiások. Akiknél nem belső késztetés volt az evés elhagyása, hanem életmódként fogják föl a napi 400 kalóriás étrendet.

2. Anorexia nervosa

Sokan úgy vélik, az anorexia, vagyis a kóros soványság a modern kor betegsége, pedig számos orvosi leírásban találkozunk vele, az ókortól napjainkig. Az anorexia kifejezést az ókorban használták először. Jelentése hiányzó étvágy („orexis” = vágy, az „an” a fosztóképző, azaz „vágytalanság”, lásd még Túry, 2005). Később kizárólag az étvágytalanságra használták, bár köztudott, hogy az anorexiások nagy részének az étel iránti vágygal egy időben a szexuális érdeklődése is megszűnik, de legalábbis csökken. Az éhezésnek lehetnek vallási (lásd éhező szentek vagy böjtök), politikai (lásd éhségstrájk) okai is. Az étel megtagadása – mivel az éhség és evés alapvető szükségletünk – figyelemfelkeltésre is tökéletesen alkalmas. Erre is gondolnunk kell a betegség megítélésakor.

A 20. század elején emésztési gondokat, hormonális változást gyanítottak a betegség hátterében (Túry, 2005). A 20. század első harmadát követően kezdtek elsősorban lelki tényezőket emlegetni. A testképzavar fogalma az 1960-as években merült fel először, a soványság legújabb hullámával egy időben. Ekkor jelent meg a címlapokon, kifutókon a legendásan (és egyébként genetikailag) csontsovány modell, Twiggy. Az utóbbi két évtizedben kezdték az evészavarokat komplex betegségként kezelni. A pszichiáterek és a pszichológusok egyaránt figyelembe veszik a biológiai, a pszichológiai és a társadalmi-kulturális hatásokat. A betegség első hivatalos leírása 1873-ban volt, hazánkban 82 évvel később, 1955-ben azonosították.

3. A betegség lehetséges okai

Az evészavarok általában az iskolázott, jó képességű, felső- és középosztálybeli fiatalok körében terjednek. A pszichiátriai zavarok diagnózisának felállításához szigorú kritériumoknak kell „megfelelni”. Az anorexia nervosa kritériumai a következők: legalább 15 százalékos testsúlyhiány, félelem az elhízástól, testképzavar (a testsúly vagy az alak észlelésének a zavara, nőknél a menstruáció kimaradása) (Túry, 2001).

Az evészavarok jellegzetesen pszichoszomatikus zavarok, így nem szerencsés különválasztani a lélek és a test problémáit. Túry Ferenc pszichiáter a tyúk-tojás problémával jellemzi az evészavarokat. Főlegesen csak a családban keresni a problémát – de ugyanígy a betegre sem hárítható minden felelősség. A pszichoszomatikus jellegű betegségeknel valószínűségi gondolkozással próbálják megtalálni a kiváltó okokat, hogy azokat megszüntetve, a beteg a gyógyulás útjára léphessen. Ehhez viszont el kell különíteni a pszichológiai, a társadalmi-kulturális, a hajlamosító, a kiváltó és a betegségfenntartó faktorokat (1. ábra, lásd még Túry, 2005).

Az evészavarok kialakulását és fennmaradását befolyásoló tényezők

társadalmi-kulturális
hajlamosító
pszichológiai
kiváltó
betegségfenntartó
biológiai

1. ábra. A betegséget kiváltó lehetséges tényezők

Hajlamosító tényező lehet a labilis személyiség, a korábbi túlsúlyosság, a negatív önértékelés, a negatív gyermekkori élmény (szexuális zaklatás, bántalmazás). Gyakori hajlamosító tényező a túlzott szülői gondoskodás, vagyis az, ha a szülők a gyerek életének minden területét megpróbálják az irányításuk alatt tartani. Ebben a csoportba soroljuk még a karcsúságideált, a teljesítménykényszert és a szereptúlterheléseket (amelyek a nőkre különösen jellemzők) mint társadalmi-kulturális hajlamosító tényezőket.

A depresszió, a stresszorok, azaz a megterhelő életesemények (haláleset, csalódás), kudarcok alkotják a kiváltó tényezők csoportját. Noha az említetteknek jelentős szerepük lehet a betegség kialakulásában, a tapasztalat azt mutatja, hogy nem ezek a faktorok a legfontosabbak, amikor a betegség lehetséges okairól beszélünk. Sok esetben az anorexia csak egy nagyobb probléma megkerülése.

A betegségfenntartó tényezőknek két fajtáját említi a pszichológia tudománya. Az egyik az elsődleges betegségelőny. Ez általában egy komolyabb problémával szemben számít előnynek; például az evészavar könnyebben viselhető probléma, mint a szülők válása. A betegségfenntartó tényezők másik csoportjába tartoznak a másodlagos betegségelőnyök; ilyen előny lehet például a táppénz.

Ezeket túl beszélhetünk biológiai okokról, amelyek hormonális zavarra vezetnek vissza a betegséget. A pszichiáterek többsége elveti vagy legalábbis sokadrendűnek tekinti a biológiai tényezőket.

Ennél sokkal nagyobb figyelmet fordítanak a pszichológiai tényezőkre. Valószínű – és a legtöbb kutatás is ezt támasztotta alá –, hogy ezek alkotják a betegség magját. A magyarázatok e körébe tartoznak azok a modellek, amelyek közvetlen kapcsolatban állnak az egyénnel. A pszichodinamikai modell szerint a betegség a tudattalamból eredeztethető. A betegség komplexitása miatt nem ajánlott csak a tudat alatti tényezőkre fókuszálni, de ezek sokat segíthetnek a zavarok üzeneteinek megfejtésében.

A következő tényezőcsoport a viselkedés-lélektani modelleké. Ezek közül a kognitív, azaz megismerő folyamatokon alapuló modell szerint az evészavarok tanult viselkedésmódok. A karcsúságot a környezet reakciói megerősíthetik, ez egyfajta

jutalmazás. Ezzel szemben a túlsúlyosságot csúfolódással, hátrányos megkülönböztetéssel „büntetik”. Az elmélet szerint a kórkép kialakulásának középpontjában a testsúlyról, az alakról és az evésről kialakult hibás elképzelések állnak. Azaz a betegségben szenvedő képtelen a valóságnak megfelelően észlelni saját testének arányait (Túry, 2005).

A családi modelleknek leginkább a betegség befolyásolásában van jelentőségük, ami indokoltá teszi a családterápia alkalmazását. Megfigyelték, hogy bizonyos családi tényezők gyakran fordulnak elő a zavarok kialakulásának hátterében. Túry szerint a családi modellek nem vesznek részt a betegség kialakulásában mint kiváltó okok, csak befolyásoló tényezőként vannak jelen (Túry, 2005). Ezzel szemben Rudi Dallos kutatása azt bizonyította, hogy a betegség lehetséges okai generációkon ívelnek át, így például a szülők közti tartós konfliktus is kiváltó oka lehet az evészavaroknak (Dallos, 2009).

Dolgozatom szempontjából az egyik legfontosabb tényezőnek a társadalmi-kulturális tényezők számítanak. Az evészavarok kialakulásában szerepet játszó faktorok fontossági sorrendjében az első helyen a pszichológiai tényezők állnak, mert ezek állnak a legközelebb az egyénhez. Ezt követik a közvetett faktorok, amelyek közül a második legfontosabb faktor-csoport a társadalmi-kulturális tényezők (Túry, 2005). Az evészavarok gyakoriak a gyors társadalmi változásokon keresztülment országokban.

Magyarország az evészavarok előfordulásának gyakorisága tekintetében nyugati országnak számít. Az evészavarokat a nyugatiasodás hozadékának is tekintik. Az evészavarok egyre gyakoribbá válása is érv a társadalmi-kulturális tényezők fontossága mellett. Kulturális tényezőnek számít, hogy elsősorban női betegség. Az összes megbetegedésnek csupán kettő-tíz százaléka érinti a férfiakat (Túry, 2005). Ezt semmilyen biológiai magyarázat eddig nem támasztotta alá. Társadalmi tényező a jellegzetes kormegoszlás. Beszélhetünk még etnikai különbségekről is: az afro-amerikai nők körében kevésbé gyakoriak az evészavarok. Ez lehet azért is, hogy a média által felsorakoztatott afro-amerikai nőideálok teltebb, nőiesebb vonalakkal rendelkeznek (McCabe et al., 2005). A latin-amerikaiak körében már hasonló az anorexia aránya, mint a fehéreknél (Túry, 2005). Hazánkban még nem volt példa etnikai szempontokon alapuló kutatásra. Túry adataiból kiindulva, miszerint 950 beteg között két anorexiás és egy bulimiás roma lánnyal találkozott (Túry, 2009), arra következtethetünk, hogy az evészavarok a roma lányok között nem elterjedtek.

4. Az evészavarok és az internet

Mint a legtöbb pszichés betegségnél, az anorexiánál is jellemző az, hogy a betegnek nincsen betegségtudata. A betegségtudat hiánya mellett az antiszociális viselkedés az anorexia másik ismérve. A beteg minden gondolatát az étel és az evés teszi ki, semmi más nem érdekli, csak az, hogy milyen módszerrel fogyhatna még többet. Érthető módon idővel „elkoptak” mellőle az emberek, és ő sem szívesen keresi azok társaságát, akik állandóan a súlyáról beszélnek, és „tömni” próbálják. Az evészavar általában magányos betegség volt, privát harc az evés fölötti kontrollért (Dolan, 2003). Az internetnek köszönhetően azonban ez megváltozott.

5. A médiának a testképre gyakorolt hatása

Becker és munkatársai (Becker et al., 2002) 2002-ben végeztek kutatást a Fidzsi-szigeteken. Serdülő lányok magatartás- és evészavarainak gyakoriságát vizsgálták a rendszeres televíziós műsorszórás bevezetése után egy hónappal, majd három évvel később (Túry & Pászthy, 2008). Korábban itt a teltkarcsúság volt a szépségideál, evészavarok nem fordultak elő. A három évvel későbbi kontrollvizsgálat azt mutatta, hogy a fogyókúra módszereket alkalmazók száma drasztikusan megnőtt. Ez arra enged következtetni, hogy a „televízió mintaadó szerepe jelentős, bár nem egyedüli tényező a testképzavarok kialakulásában” (Túry & Pászthy, 2008).

A fogyókúrázás életforma lett a modern nők életében. Az újságok, a tévé- és a rádióműsorok közül sok foglalkozik a fitness életmóddal, különböző fogyókúra tippekkel szolgál a néző- és olvasóközönségnek. „Ezzel túlhangsúlyozva az alak, a karcsúság és a velük foglalkozás fontosságát” (Túry & Pászthy, 2008). Az internet az a színtér, amely elegyíti a nyomtatott sajtó és a televízió számos tulajdonságát. A világháló mindezeket túl a hozzászólásra, saját vélemény közzétételére is lehetőséget ad az ingyen létrehozható honlapok, blogok segítségével.

Fiona Monro és Gail Huon (Monro & Huon, 2006) szerint az internet csoportképző szereppel bír, olyan embereket „gyűjt össze”, akiknek közös az érdeklődésük, mindemellett jelentős az interperszonális kommunikációban és a társas kapcsolatok létrejöttében is (Túry & Pászthy, 2008). Túry Ferenc pszichiáter szerint:

„Az anorexiás betegek elszigetelődnek, elzárkóznak azoktól, akiknek feltűnhetne az evészavaruk, ezért válik számukra ideális eszközzé az internet, ahol arctalanul találhatnak magukhoz hasonló társaságot.”

Egyfajta áldentitás alakul ki körükben, aminek egyáltalán nincsenek tudatában. Az interneten képviselt „én” legtöbbször nem egyezik azzal, aki a számítógép előtt ül. Az anonimitás és a láthatatlanság lehetővé teszi számukra, hogy az interneten kicsit azokká „váljanak”, akik lenni szeretnének, és olyan közeget nyújt, amelyben nem bélyegzik meg őket a betegségük miatt (Kun, 2008). Az internet másik előnye – és egyben hátránya is –, hogy gyors és bármilyen információt megszerezhetünk rövid időn belül. A kamaszlányok kétharmada keres az egészséggel kapcsolatos információt a neten, és a legtöbbjük az ott talált információk alapján változtat a szokásain (Wilson et al., 2006).

6. Az anorexia üzenete

Vitatható, hogy minden betegség pszichoszomatikus-e, de az biztos, hogy minden kór jelzésértékű. Szervi megbetegedésnél például jelezheti a helytelen életmódot, utalhat bizonyos károsító környezeti tényezőkre. Pszichés zavaroknál – mivel gyakran nincs szervi kivetülésük – nagyon nehéz megfejtetni, hogy mi áll a probléma hátterében. A bevezetőben említettem, hogy szerintem kétféle anorexia létezik. Az egyik kategóriába tartozók bő ruhákban járnak, takargatják a betegség „nyomait”. Fő céljuk a testük fölötti kontroll megtartása. Ennek oka lehet például a pszichiáterek által gyakran emlegetett, túlzásba vitt szülői kontroll. Ekkor az anorexia a lázadás eszköze. Sokszor ezek a betegek nőiességüktől szeretnének tudat alatt megszabadulni (Túry, 2005). A kóros soványság egyik eredménye az, hogy lassan az összes zsírszövetet feléli a beteg, így a melle is lapos lesz, a másik az, hogy elmarad a menstruáció. Ebben az esetben a

nőiessége ellen tüntet a beteg.

A másik csoport, amely életmódként tekint az anorexiára, azokból áll, akik a tökéletességért harcoló elitnek hívják magukat. Akik „mernek” mások lenni, és mernek áldozatot hozni a tökéletesség elérésének céljából. Ezek közül a lányok közül néhányan saját képeiket is felteszik a pro-ana honlapokra.

Bizonyára vannak anorexiások, akik nem írnak a pro-ana fórumokra, de ettől függetlenül anorexiások. Akik írnak, egyfajta szubkultúrát alkotnak (Andorka, 2003). Megítélésem szerint az anorexiát támogatók csoportja deviáns szubkultúrát képvisel, mert egy sok esetben halálos kimenetelű betegséget támogat.

Az evészavaros lányokat a környezetük ugyan nem veti meg, de sokszor bagatellizálja a problémájukat, és ezért kénytelenek magukba fordulni vagy sorstársakat keresni. Ehhez teremtette meg a lehetőséget az internet. Más kérdés, hogy a betegség természetéből fakadóan nem a gyógyulás céljából keresik egymás társaságát, hanem a további súlyvesztés reményében. A kirekesztettség még több erőt ad nekik ahhoz, hogy folytassák az önsanyargatást. Magukat sokszor elitként emlegetik, olyanokként, akik elég bátrak ahhoz, hogy akár az életük árán is, de „minden nap, minden percében harcoljanak, és elérjék a tökéletességet” (Goodchild, 2006).

7. Jogszabályellenesek-e az anorexiát támogató internetes portálok?

Nem kell sokat keresgelnünk, hogy olyan portált találjunk, ahova feltölthetjük személyes tartalmainkat, a honlap dizájnját pedig a saját szánk íze szerint alakíthatjuk ki. Az egyik legelterjedtebb ilyen szolgáltatással rendelkező portál az [origo] vonatkozású G-portál, a másik a Mindenkilapja.hu.

A Mindenkilapja.hu szolgáltató szabályzata így rendelkezik a tartalmat illető felelősségről:

„Minden felhasználó maga felel a saját oldalán megjelenített tartalomért. Amennyiben a mindenkilapja.hu team egy felhasználó oldalán a mindenkori jogszabályokat, erkölcsi értékeket vagy közösségi érdekeket sértő, rongáló tartalmat észlel, a felhasználó oldalát értesítése nélkül jogában áll azonnal törölni, és regisztrációját megszüntetni!” (Mindenkilapja.hu, 2009)

Az [origo] G-portál team szabályzata is ezeket a kritériumokat tartalmazza. Holló Dóra ügyvéd szerint az internetszolgáltató akkor tehető felelőssé, ha olyan tartalom fölött huny szemet, amely jogszabályellenes, például büntetőjogot, közérkölcst, közegészségügyet, államrendet vagy szerzői jogot sért (TV2 Mokka, 2008).¹ Így a portálok üzemeltetői, jelen esetben a G-portál és a Mindenkilapja.hu, jogilag nem vonhatóak felelősségre. Mindemellett ezek az oldalak a kezdőlapon található figyelmeztetéssel eleget tesznek azon kötelezettségüknek, hogy felhívják az oda tévedő olvasók figyelmét a veszélyesnek minősíthető tartalomra. A pro-ana honlapok tulajdonosait sem terheli felelősség, mert Magyarországon még nem született olyan jogszabály, amely büntetné a betegséget pártoló honlapok üzemeltetését.

8. A pro-ana honlapok általános felépítése

Kétféle honlapot különböztethetünk meg: az egyik a pro-ana (pro-anorexia), a másik a pro-mia (pro-bulimia) oldal. Pászthy Bea és Török Zsófia kutatásából kiderült, hogy mindkét honlap üzemeltetői általában evészavarban vagy szubklinikai evészavarban szenvedő kamasz lányok (Túry & Pászthy, 2008). Saját kutatásom eredménye arra engedett következtetni, hogy az általam vizsgált fórumok tagjainak kis százaléka anorexiás, többségben vannak a fogyni vágyók és az ún. wannarexiások. A wannarexia kifejezés azokra a lányokra vonatkozik, akik életformaként tekintenek az anorexiára, és úgymond „választották” a betegséget.

A kezdőlapon gyakran találkozhatunk egy figyelmeztetéssel, amely arra irányul, hogy aki nem szenved semmilyen evészavarban, az hagyja el az oldalt. 2006 novemberében az AED (Academy for Eating Disorders) javasolta a pro-ed oldalakon ennek a figyelmeztető jelzésnek a kiírását (Springen, 2006). Az AED-et Craig Johnson alapította 1993-ban, az amerikai Tulsában, 33 orvos és kutató kollégájával együtt. Céljuk egy egységes szervezet létrehozása volt, amely az evészavarok kialakulásával és gyógyításával kapcsolatos legtöbb problémával foglalkozik. Anna Bardone-Cone és Kamila Cass (2007) kutatásából kiderült, hogy az előzetes tesztek szerint egészséges (evészavarban nem szenvedő) egyetemista lányok önbecsülése csökkent. Fontolóra vették a rendszeres sport és a diétázás lehetőségét, illetve elmondásuk szerint többet aggódtak a testsúlyuk miatt, mint a pro-anorexia honlapok látogatása előtt. Azt viszont szinte minden pszichiáter és szakértő kizártnak tartja, hogy valakinél kialakuljon bármilyen evészavar, ha a hajlamosító tényezők hiányoznak. Abban is mindenki egyetért, hogy a már meglévő evészavarra negatív hatással van ezeknek az oldalaknak a rendszeres látogatása. Nem kiváltó okként, hanem inkább betegségfenntartó tényezőként tartják számon az ilyen website-okat. Kimberly Olson családterapeuta szerint egészséges emberekre negatív hatásuk ugyan van a pro-ed oldalakra, de igazi veszélyt csak azoknak jelentenek, akiknek már van meglévő evészavaruk. A pro-ed rövidítés az angol pro-eating disorder kifejezésből jön, jelentése „evészavar-párti”, ez az elnevezés magában foglalja mindhárom evészavart támogató honlapot: a pro-ana (anorexiát támogató), a pro-mia (bulimia-párti) és pro-EDNOS lapokat. Az utóbbi rövidítés az olyan evészavarra vonatkozik, amely mutat anorexiás és bulimiás tüneteket is (Eating Disorder Not Otherwise Specified). (Slafkosky, 2004).

A főoldalon egy rövid fogalommagyarázat szól arról, hogy mit jelent a pro-ana és a pro-mia kifejezés. A betegségeket mintegy megszemélyesítik (Ana és Mia), barátnőkként, néha istennőkként emlegetik őket. A menüpontok között gyakran találhatóak *Fogalmak* megjelölésű linkek. Itt a legtöbbször azon szavak jegyzékét találjuk, amelyeket az evészavarban szenvedők használnak a különböző tevékenységek jelölésére (például *fastolás* = többnapos éhezés, kizárólag vízfogyasztás engedélyezett).

A *Tippek, trükkök* menüpontokban találhatóak azok a „hasznos” információk, amelyek segítségével még nagyobb súlyvesztés érhető el. Megemlítenők az úgynevezett *Thinspo'* vagy *Thinspiration* videók is. Ezek általában példaképek (karcsú modellek, anorexiás sztárok), ritkábban csontsovány civilek fotóiból álló slide show-k, amelyek alatt zene hallható. Ilyen videókkal nemcsak a pro-ana oldalakon találkozhatunk. Bármely videomegosztó portálon nézhetünk ilyen képsorozatot. Az oldalakon található továbbá más pro-ana oldalakra vezető linkeket, sztárokról és anorexiás lányokról készült képgalériákat, blogot és néhol a betegségről, illetve az azzal és az érte folytatott harcról szóló személyes beszámolókat.

Dolgozatom központi témáját a fórumok, a pro-ana oldalak legnépszerűbb menüpontjai adják. Arra voltam kíváncsi, kik szólnak hozzá a témához: (a) az olyan lányok, akik anorexiások, (b) esetleg nem azok, de szeretnének azok lenni („wannarexia”), (c) netán egyszerű fogyni vágyók, akik gyors és hatékony tippek után kutakodva bukkantak a pro-ana oldalakra?

A feltételezésem az volt, hogy az anorexiát támogató oldalakat nem kizárólag az e betegségben szenvedők látogatják, legalábbis a hozzászólók összetétele nagyon vegyes lesz. A céloom elsősorban az volt, hogy azon túl, hogy kiderítem, kik és miért szólnak hozzá a témához, megtudjam, milyen kapcsolat van a virtuális közösségek tagjai között. Mennyire jellemző a személyes találkozás, a privát beszélgetés. A forrásomat egy kérdőív adta, és az erről szóló szakirodalmakban is találtam közösségekkel kapcsolatos információkat. Mielőtt rátérnék a kérdőívezés eredményére, rövid áttekintést adok az internetes közösségekről.



1. kép. Privát kép egy anorexiát támogató blogból



2. kép: Debra Shaw modell képe szintén „thinspiration”-ként szerepel egy evészavarokat támogató fórumon

10. Internetes közösség

Fiedler a következőképpen definiálta a csoportot: „olyan egyének rendszere, akik közös sorssal rendelkeznek, azaz akik egymástól kölcsönösen függnek abban az értelemben, hogy az egyik tagot érintő esemény feltehetően valamennyi tagot érinti majd” (Fiedler idézi Csepeli, 2005: 402).

A hagyományos szociálpszichológiai alapelvek az internetes közösségek megjelenésével korrigálásra szorultak. Amy Jo Kim foglalta össze azokat az alapelveket (Kim, 1996), amelyek ahhoz szükségesek, hogy létrejöjjön egy közösség. Ezekből kiemelek néhány olyat, amely a pro-ana honlapok szempontjából is fontos lehet. Kim elmélete figyelembe veszi az olyan sajátos jelenségeket, mint a valódi identitás háttérbe szorulása, amellyel szemben a cyber-én kerül az előtérbe. A legfontosabb alapelvek: (a) Kell, hogy legyen egy meghatározott célja a közösségnek. Ez a pro-ana oldalak esetében a sorstársak megtalálása, tapasztalatcsere, „ötletbörze”. (b) Legyenek közös tevékenységek, események, amelyek összetartják a közösség tagjait. (c) Legyen teljesítendő feladat: súlyvesztés, „közös” éhezés. Gyakori, hogy a fórumozók összebeszélnek, és egyszerre tartanak egy-két hétig tartó vízkúrát. A közelmúlt egyik legabszurdabb jelensége az volt, amikor egy pro-anorexia honlapokról szóló cikket követően a magyar lányok „versenyt éheztek” (Kun, 2008). A cikk ugyanis beszámolt a külföldi fórumokon folyó „játékos” versengésről, hogy ki tud legrövidebb idő alatt a legtöbbet fogyni. A cikk írója elrettentésnek szánta, a lányok viszont felhívásnak keringőre. (d) Fontos tényező a való világgal történő integráció is. Ennek lényege, hogy az egyén ne szakadjon el teljesen a személyes környezetétől, illetve, hogy azokkal alakítson ki személyes kapcsolatot, akikkel addig csak online érintkezett. A pro-ana közösségek esetében ez abban nyilvánul meg, hogy a hírességek galériái mellett saját képeket is töltenek fel a lányok, többnyire arc nélkül. A hangsúly a kilógó bordákon és a homorú hason van.

John Suler könyve az internetes fantáziaközösségekről szól, alapelvei a pro-ana fórumokra is érvényesek (Suler, 1996). Az az általános nézet az cyberspace-szel kapcsolatban, hogy ott azt is elmondjuk, megteesszük, amit a „valóságban” nem tennénk. A virtuális közösségek tagjai jobban megnyílnak, és felszabadultabbak a virtuális tereken, mint a cyberspace-en kívül. Suler szerint a következő öt tényező segíti hozzá a cyber-tér tagjait ahhoz, hogy könnyedén megszabaduljanak gátlásaiktól: az anonimitás, a láthatatlanság, a késleltetett reakció, a státusnélküliség és a szolipszista azonosítás (egy hozzászólás alapján képzeljük el az illető karakterét, és személyiséget, hangot, külsőt társítunk hozzá, ezért empatikusabban állunk a problémájához).



3. kép. Thinspiration

11. Esettanulmány

11.1. A kérdőívezés célja, buktatói

Két alapvető probléma merül(het) föl a kérdőívezés során. Az egyik az, hogy a válaszadók szinte bármit állíthatnak a korukról, állapotukról. A másik az, hogy eredetileg az anorexiás betegeknek – mint általában a mentális betegségben szenvedőknek – nincsen betegségtudatuk. Azért csak „eredetileg”, mert egyrészt, amíg 15 éve azt se tudta az illető, hogy mitől nem eszik, ma már minden médium ontja az evészavarokról szóló információkat, így sok beteg magára ismert. Másrészt az internet az információáramlás mellett arra is lehetőséget adott, hogy akik már felismerték zavarukat, sorstársakra leljenek. Így a betegség tudatosult, de a szabadulni akarás nem jelentkezik – éppen ellenkezőleg. Az anorexiások anonim módon szólhatnak hozzá az oldalakhoz, kérhetnek „segítséget” a további súlyvesztéshez. Így megdőlt az a korábbi kép, miszerint az anorexiás lány otthon, szobájában magányában koplal, és sejtelmé sincs arról, hogy más is szenved ilyen betegségben (Dolan, 2003). Az anorexiát támogató hazai fórumok tagjainak csak egy részét értem el, így az eredmények nem reprezentatívak.

11.2. A kérdőívezés eredménye

A hazai pro-ed fórumokról 51 e-mail címet sikerült összegyűjtenem, és ezekre (nick)névre szólóan küldtem ki a 26 kérdésből álló kérdőívet. A küldés után rögtön négy címet vissza is dobott a levelezőprogram, arra hivatkozva, hogy ilyen e-mail azonosító nem létezik. A válaszadók tisztában voltak azzal, hogy kutatáshoz kellenek a válaszok, ezért a tudatos válaszadás ferdíthet az igazságon. A megkérdezetteknek kevesebb, mint a fele válaszolt, mindössze tizenötön.

A fórumozók korára vonatkozó kérdésre csak a válaszadók fele válaszolt. Eredményeim alátámasztották a

szakirodalmakban olvasottakat. A fórumozók életkora 15-től 19 évig terjed, egyetlen 23 éves akadt közöttük, de ő állítása szerint nem tagja a közösségnek, csak fogyókúra tippek iránt érdeklődött a fórumon. Az egyik kérdéskörrel azt szerettem volna megtudni, hogy miként akadtak a pro-ana oldalakra, illetve milyen céllal keresték, ha keresték.

Körülbelül ugyanannyian voltak, akik anorexiásként keresték az oldalakat, mint akik csupán fogyni vágytak. Kaptam olyan választ is arra a kérdésre, hogy anorexiás-e, hogy „Nem. Még nem”, illetve, hogy „Nem, de szerettem volna az lenni”, csak a szerettei visszafogták, így nem lett az. Egy lány volt a válaszolók közül, aki gyógyulás céljából keresgélt a neten, és felháborodott:

„Keresni szerettem volna »hozzám hasonlókat«, akik szintén rájöttek, hogy elfecséreltek ezzel a baromsággal éveket az életükből, és ezért meg szeretnék gyógyulni. Sajnos anti-ana honlapot nem találtam, csak ezeket a szennyeket, ahol sokszorosan megtalálhattam múltbeli éneket.”

Egy másik lány így viszonyul a diagnózishoz: „Az orvosok szerint az én véleményem már rég nem számít.” Ő nem érzi magát betegnek, bár már kórházban is volt emiatt. Ő is lelkes fórumozó.

Abban a legtöbb hozzászóló egyetért, hogy az anorexia nem „buli”, hanem komoly betegség, de aki „benne van” és ezeket a fórumokat látogatja, nem akar szabadulni tőle. Egy másik fórumozó így válaszolt arra a kérdésre, hogy életforma-e vagy betegség: „Kettő az egyben, ezért ennyire veszélyes. A testi megnyilvánulása látványos, ám ami ijesztő, az valójában az agyunkban történik.” Egy lány volt, aki saját bevallása szerint életmódként „űzi” az anorexiát. A média mindig mint közvetlen bűnbak került elő, a hamis szépségideál közvetítő gonosz, amely akkor is „fertőz”, amikor figyelmeztet és megelőz. Ahogy a Népszabadságban megjelent cikkben (Kun, 2008) is előfordult, a kérdőívekben is sokan említették, hogy valamelyik médium adta az ötletet a pro-ana oldalak keresésére. Többen hivatkoztak a televízióra és egyéb újságokra, illetve egy lány a 100X Szép című tinimagazint nevezte meg.

Elenyésző volt azok száma, akik hetente vagy ennél ritkábban látogatják a pro-ana honlapokat. A többség naponta ír és követi figyelemmel a fórum eseményeit, ugyanakkor a válaszadók másik fele már nem vesz részt a fórum életében. Valaki meggyógyult azóta, valakit már nem érdekelnek a drasztikus fogyókúra tippek, inkább máshol keresgél, valakinek a társaság nem tetszett. Az egyik lány így indokolta távozását és visszavonulását: „...a legtöbb lány hozzászólásairól üvölt, hogy felszínes, elkényeztetett csitrik, és nem akarok velük közösséget vállalni”. A fórumot még most is lelkesen látogatók egybehangozóan állították, hogy az oldalon található tippeket alkalmazzák, és be is válnak.

A válaszadók közül két lánynak volt pro-ana oldala, de mindkettő megszüntette. Egyikőjük megunta a saját oldallal járó foglalatosságát, a másik pedig nem kíván másokat „belerángatni” a betegségbe. Általában három dologra használják az oldalakat: tippek, barátok és sorstársak találására és inspiráció gyanánt a további súlyvesztéshez. Jellemző, hogy a lányok nemcsak egy oldalt látogatnak. Néhányan külföldi pro-ana site-on is tagok.

A következő kérdésem az volt, hogy vannak-e konfliktusok a fórumokon. Egy lány említette, hogy néha két pro-ana weblap-gazda különbözik össze „plagizálás” miatt. Amúgy egyetértés, támogatás jellemzi a közösséget: „Az ilyen helyekre látogatók javarészt összetartanak, oldaltól és fórumtól függetlenül.” A lányok tanácsokkal, tippekkel látják el egymást. Közös éhezéseket tartanak, mialatt a fórumokon napi több hozzászólással tartják egymásban a lelket. A leggyakoribb problémát a laikusok, vagyis az egészséges emberek beírásai jelentik, akik néha bántó, de a leggyakrabban segítő szándékkal írnak a fórumra.

Általában nincs személyes kapcsolat a közösség tagjai között. „Többnyire mindenki szeretne arctalan maradni.” A válaszadók közül többen MSN-kapcsolatban vannak egymással. Kettőn említettek személyes találkozást is.

A következő kérdéscsoport arra kívánt rávilágítani, hogy a fórumlátogatók mennyire vesznek részt tevékenyen az anorexia támogatásában. Készítenek-e *thinspiration*-videókat, töltenek-e fel képeket magukról inspiráció gyanánt. A 15 válaszadó közül mindössze három lánynak vannak fent jelenleg is képeik saját magukról, egynek pedig csak voltak. Két lány csinált már *thinspo*-videót. A többség viszont nem csinált videót, és képeket se töltött fel soha. Az egyik lány így érvelt: „Annyira sosem leszek szép, hogy ezt megtehessem.” Inspirációként a legtöbben a *thinspiration*-videókat nevezték meg, illetve a fórumozók közösségét, akiktől a legtöbb támogatást kapják. Előszeretettel nézegetik civil lányok képeit is, hogy azokból merítsenek erőt a további koplaláshoz. Gyakoriak a sztárok képei is. Példaképpen a lányok a legtöbbször nem neveztek meg senkit. Páran családtagokat említettek, egy lány a volt anorexiás Mary-Kate Olsent, illetve a szintén volt anorexiás Ana Carolin Restont említette, aki 2006 novemberében halt éhen.

Az utolsó kérdéskör a családi háttérre és a cyber-téren kívüli kapcsolatokra vonatkozott. Három lány kivételével mindegyikőjük együtt él legalább az egyik szülőjével. A válaszadók közül hárman említették, hogy egyik szülőjükkel élnek. A többiek nem adtak erre irányuló pontos információt.

Majdnem az összes lány családja tudja, hogy fogyni szeretne, de a többségnél – kilenc lánynál – azt nem tudják, hogy ehhez igénybe veszik a pro-ana fórumokon kapott támogatást, tippeket. Egy lánynál azt is tudják, hogy anorexiás, a kérdőívezés előtt röviddel engedték ki a kórházból. Érdekes módon az ő szülei nincsenek tisztában azzal, hogy anorexiapárti honlapokat látogat. Egy másik lány válasza arra a kérdésre, hogy a szülei tudják-e, hogy fogyókúrázik vagy hanyagolja az evést: „Nem érdekli őket, nem törődnek velem”, és még egy hasonló válasz: „Tudják, de nem érdekli őket.” Egy harmadik lánnyal több levelet is váltottam, ő leírta, hogy ingyenes terápiát keres, mert a szülei nem túl jó a kapcsolata, és valószínűleg nem támogatnák anyagilag a magánpszichiátert. Saját megítélése szerint a szülei nem lennének hajlandók a családterápiára sem.

A válaszadók felének baráti köre tisztában van azzal, hogy fogyni szeretne, a másik felének barátai vagy nem foglalkoznak a kérdéssel, vagy nem tudják. Ezek az eredmények egybevágoók voltak a 2006-os Pediatrics-ban leközölt kutatás eredményeivel, miszerint a szülők nincsenek tisztában azzal, hogy gyermekeik látogatják a pro-ed oldalakat (Wilson et al., 2006). Ebben a kutatásban egy másik említésre méltó eredmény is született. Teszteket töltettek ki olyan evészavaros kamaszlányokkal, akik látogatnak pro-ana oldalakat és olyanokkal, akik nem. Sok szembetűnő eltérés nem akadt, egyet kivéve: a pro-ed oldalakat látogató betegek többször vettek részt kórházi kezelésen, azaz többször jártak orvosnál, mint a pro-ed oldalakat mellőző társaik. Sajnos ennek miéért nem találtak magyarázatot a szerzők. Az I. számú Gyermekklinika evészavaros betegeket kezelő dr. Pászthy Bea tapasztalatai szerint a bekerülő fiatalok 90 százaléka

használja az internetet, 50 százaléká pedig ezeket az említett oldalakat is látogatja (Kiss, 2007).

11.3. Az eredmények összegzése

Vizsgálatom legmeglepőbb eredményének azt tartom, hogy a fórumozók nagy része nem anorexiás, legalábbis nem tartja magát annak, csak fogyni szeretne. Sokan beismerik, hogy ha nem is anorexiásak, azért tudják, hogy nem mindig „normális” az, amit és ahogyan esznek. Akadt bulimiás tünetekkel küzdő lány is.

A személyes kapcsolat nem volt jellemző a lányok között. Néhányan találkoztak egymással, de inkább maradtak az arcnélküli beszélgetésnél. A legtöbb esetben a megkérdezett bevallása szerint a szülei tudnak arról, hogy keveset eszik, viszont az, hogy ennek a fogyókúrán kívül – ami mára már megszokottá vált a tinik körében is – bármi más oka lenne, nem merül fel bennük. Az egyik válaszadó lány így magyarázza, hogy a szülei nem gyanakszanak: „Nem hiszik, hogy étkezési zavarom lenne, hiszen nincs olyan velem egykorú lány, aki még nem fogyózott vagy diétázott volna.”

A fórumozásról még kevesebb szülőnek van tudomása. A kérdőívek ezen pontján mindig kibukik valamilyen harag a szülők irányába. Általában elhanyagoltság vehető ki. Ez pusztán feltételezés, pár szavas válaszokból nem lehet messzemenő következtetéseket levonni. A betegség évek óta tartó kutatása során arra jutottak a szakértők, hogy a legnagyobb szerepe nem a médiának, a modellvilágnak van, hanem a családnak és a közvetlen környezetnek (Túry, 2005). Ezért sikeresebbek a családterápiák a megszokott kórházi kezelésnél. Sok esetben persze az utóbbi elkerülhetetlen, amikor a beteg már élet és halál között lebeg.

12. Összegzés és következtetések

Írásomban áttekintést kívántam nyújtani az anorexiáról mint pszichés zavarról. Ehhez a pro-anorexia fórumok összetételét vizsgáltam. Az anorexia nem modern betegség, mégis mostanában beszélünk róla a legtöbbet. Míg régebben a notórius éhezőket szentté avatták, addig ma kórházba és pszichiáterekekhez küldik őket. Sok anorexiás lányt felháborít, hogy míg mások dohányozhatnak és ihatnak, őket mentális betegnek tartják, pedig nem érzik betegségnak a „szenvedélyüket”. Azonban sok gyógyult anorexiás fogalmaz úgy, hogy a koplalással éveket vesztegetett el, és hálás, hogy meg tudott szabadulni a betegségtől.

Ahogy a betegség maga, úgy az érte felelős tényezők is összetettek. A kérdőívekre kapott válaszok alátámasztani látszanak azt a feltételezést, miszerint az evészavarok hátterében sok esetben a nem megfelelően működő család áll. A betegek az internetes portálokat csak egyfajta eszközként használják, hogy még jobban elszigetelődjenek az őket körülvevő világtól, és egy virtuális közösségbe meneküljenek, ahol hasonló gondokkal küzdő sorstársakra találhatnak. Az a tény azonban nem vitatható, hogy a pro-ana fórumok súlyosbítják a betegséget, és megakadályozzák a beteget a gyógyulni akarásban.

Bibliográfia

Andorka Rudolf (2003): *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris Kiadó.

Bardone-Cone, Anna M., & Cass, Kamila M. (2007): *What Does Viewing a Pro-Anorexia Website Do? An Experimental Examination of Website Exposure and Moderating Effects*. Columbia: Department of Psychological Sciences, University of Missouri. InterScience. <http://www.elsevier.nl/artimg/200801/bardone.pdf> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Becker, A. E. & Burwell, R. A. & Gilman S. E. & Herzog, D. B. & Hamburg, P. (2002): *Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls*. Brit. J. Psychiatry, 180: 509–514.

<http://bjp.rcpsych.org/cgi/reprint/180/6/509.pdf> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Csepeli György (2005): *Szociálpszichológia*. Budapest: Osiris Kiadó.

Dallos, Rudi (2009): *Attachment Themes in Families with Anorexia*. Budapest: 13. PSZINAPSZIS-on, azonos című előadáson hangzott el.

Dolan, Deirdre (2003): *Learning to love anorexia? 'Pro-Ana' web sites flourish*. <http://www.observer.com/node/47063> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Forgács Attila (2008): *Médiaüzenetek – evészavarok*. http://elitmed.hu/upload/pdf/mediauzenetek_eveszavarok-1725.pdf (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Giddens, Anthony (2005): *Szociológia*. Budapest: Osiris Kiadó.

G-portál szabályzat (2009): <http://fooldal.gportal.hu/object.AAE06C29-F86F-45E3-B88B-F2EF95A61D3C.ivy> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Kirkpatrick, Jim & Caldwell, Paul (2001): *Evészavarok Anorexia nervosa, bulimia, kényszerezés és egyebek*. Debrecen: Hajjai és Fia Kiadó.

Kiss Enikő (2007): *A reklámok és az evészavarok kapcsolata serdülőkorú lányoknál*. *Szakedolgozat*. Szombathely, BDF, Testnevelési és Művészeti kar, Emberi Erőforrás-fejlesztési Intézet, Andragógia Tanszék.

Kun J. Viktória (2008): *Koplalj, és utáld a kővéreket! Az anorexia az egyik legveszélyesebb mentális betegség*. http://nol.hu/lap/mo/lap-20081016-20081016_korai-26 (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Lichfield, John (2008): *France bans websites promoting anorexia 'cult'*. <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/france-bans-websites-promoting-anorexia-cult-809617.html> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

McCabe, Marita & Ricciardelli, Lina & Mellor, David & Ball, Kylie (2005), *Media influences on body image and disordered eating among indigenous adolescent Australians*. http://findarticles.com/p/articles/mi_m2248/is_157_40/ai_n13774349/ (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Mindenkilapja szabályzat (2009): <http://mindenkilapja.hu/static.php?static=law> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Monro, F. J. & Huon, G. F. (2006): *Media-portrayed idealized images, self-objectification and eating behaviour*. Eat. Behav. School of Psychology, University of New South Wales, Sydney, NSW, 2052, Australia, 7: 375-383. http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6W77-4J32H2R-1-5&_cdi=6619&_user=798018&_orig=search&_coverDate=11%2F30%2F2006&_sk=999929995&_view=c&_wchp=dGLbVzz-zSkzk&_md5=38f1441cac81aa63bac0004bd6303639&_ie=/sdarticle.pdf (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Moretti Magdolna & Kurimay Tamás & Szerdahelyi Ferenc & Almási János (2009): *Depresszió: Tájékoztató betegeknek és családtagoknak*. <http://stresszdoktor.hu/uploads/kozkinccs/depresszibetegtkoztatorganon.pdf> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Slafkosky, Jenny (2004): *Pro-Anorexia, pro-bulimia communities reflect an alarming profusion*. http://findarticles.com/p/articles/mi_qn4176/is_20040727/ai_n14579808/ (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Springen, Karen (2006): *Health: Sites Walk a Thin Line*. <http://www.newsweek.com/id/44159> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Suler, John (1996): *The Psychology of Cyberspace*. <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>.

Online Therapy and Support Groups: <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/therapygroup.html>.

Making Virtual Communities Work: <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/commwork.html> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Sümegei András & Fekete Sándor & Rihmer Zoltán (2004): *Öngyilkosság*. <http://nol.hu/archivum/archiv-31945> (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Túry Ferenc (2001): *Anorexia – Bulimia Az evés zavarai*. Budapest: B+V Kiadó.

Túry Ferenc (2005): *Anorexia, bulimia Önsegítő és családsegítő kalauz*. Budapest: PrintX-Budavár Kiadó.

Túry Ferenc & Pászthy Bea (2008): *Evészavarok és testképzavarok*. Budapest: Pro Die Kiadó. *Kézirat*.

Wilson, Jenny L. & Peebles, Rebecka & Hardy, Kristina K. & Litt, Iris L. (2006): *Surfing for Thinness: A Pilot Study of Pro Eating Disorder Web Site Usage in Adolescents With Eating Disorders*. Pediatrics, 118: 1635-1643. <http://pediatrics.aappublications.org/cgi/content/abstract/118/6/e1635> e1639 (utolsó letöltés: 2009. július 28.).

Lábjegyzetek

75

Lásd http://webcast.tv2.hu/dynamic/index.php?m=video&video_id=373506.



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

> [régábbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

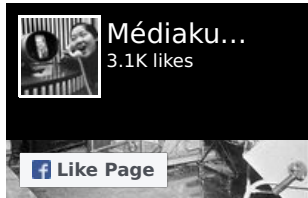
Partnereink

[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 2009 ősz

Testek

[Tóth Mónika](#):

Nekem a Balaton a Riviéra

Nekem a Balaton a Riviéra,
Ettől nem tántorít el a tél, a fagy.
Szívedet akarom elvenni még ma,
Mert az egész nagy-világ nekem te vagy!

Ullmann Ottó-S. Nagy István: Nekem a Balaton a Riviéra

Különös esetről számolt be tavaly nyáron a magyar média: balatonszemesi nyaralók egy csoportja levélben fordult a polgármesterhez, kifogásolva a velük egy területen nyaraló sérült emberek viselkedését. A híradások és az újságcikkek felhúzó kerítésekről, zero toleranciáról és a fogyatékos nyaralókat védő polgármesteri hozzáállásról számoltak be. Csakhogy a híradások egyike sem tárta fel az ügy ellentmondásait, így nem derülhetett fény az emberi mulasztások következményeire sem.

A 2001-es népszámlálás adatai szerint hazánkban 577 ezer személy él valamilyen fogyatékossgal, arányuk a teljes lakosságon belül 5,7 százalékos.¹ A fogyatékkal élő személyek mégsem napi szereplői a közéletnek; sokan még ma is a világtól elrejtőzve, az ország láthatatlan állampolgáraiként élnek. Az elmúlt évtizedekben már számos tekintetben javult a helyzetük, ám a társadalmi elfogadás és a megértő hozzáállás sok esetben még mindig várat magára. A pozitív változás egyik hathatós elősegítője lehet a média, amely megfelelő információszolgáltatással és felelős tájékoztatással rávilágíthat a fogyatékkal élő személyek valódi helyzetére. Kíváncsi voltam arra, vajon a balatonszemesi esetről megjelent reprezentációk elvégezték-e ezt a nemes feladatot. Azt vizsgálom, hogy az egyes sajtótermékek, televízió- és rádióműsorok mit és hogyan közöltek az esetről. Azon reprezentációkra fókuszáltam, amelyek feltehetőleg a lakosság nagyobb részéhez jutottak el. Ezért vizsgálatom a legnagyobb példányszámú napilapokra,² a két fő kereskedelmi televízió és a közszolgálati csatorna műsoraira, valamint a Kossuth Rádió adására terjed ki. Röviden összegzem az eset eltérő reprezentációit és feltárom azok hiányosságait, majd elemzem potenciális véleményformáló hatásukat.

Ilyen hatást természetesen csak akkor várhatunk el, ha elfogadjuk, hogy bizonyos esetekben az újságíróknak fel kell adniuk a semlegesség elvét:

„Amikor sérülnek az emberi jogok, az újságírónak a következményektől függetlenül az abszolút értékű etikusság jegyében kell cselekednie. Az emberi jogok megsértése esetén egyértelműen az igazság védelme az újságíró kötelessége” (Kunczik, 2001: 14).

Michael Kunczikkal egyetértve vizsgálom meg, hogy a balatonszemesi eseményekről történt reprezentációkban érvényre került-e ez az etikai alapelv. Továbbá a MÚOSZ is számos elvárást támaszt: az újságírók nem csupán kötelesek alaposan tájékoztatni az állampolgárokat, hanem munkájuk során védelmezniük kell bármilyen betegségben szenvedők jogait.³ Most egy konkrét eset kapcsán kaphatunk képet arról, hogy ezen elvek milyen mértékben valósulnak meg a magyar média gyakorlatában.

Szerettem volna teljesen átlátni az események láncolatát és megismerni az ügy minden apró részletét, ezért elengedhetetlennek tartottam, hogy személyesen keressem fel az érintetteket. Három hosszabb interjút készítettem a balatonszemesi polgármesterrel, Takács Józseffel, majd Hajdú Tiborral, a sérült emberek üdültetését szervező cég vezetőjével, és személyesen beszéltem a fogyatékkal élő nyaralók ellen szóló levél egyik aláírójával is. Ő a neve elhallgatását kérte, így a továbbiakban az „egy nyaralótulajdonos” vagy „a panaszos levél aláírója” megnevezéssel illetem majd. Rövid telefonbeszélgetés során egy másik aláíróval, Kézdi Gabriellával is beszéltem, aki szintén érdekes adalékokkal szolgált az ügy felderítéséhez. Mivel az elhangzott álláspontok és vélemények sokban különböznek, a történet összefoglalása nem könnyű feladat.

2008 nyarán a Hajdú és fiai-Panoráma Kft. kibérelte a balatonszemesi Csemege üdülő épületét, hogy heti váltásban 70-90 fogyatékos személy nyaraltatását szervezze meg a területen. Augusztus elején értelmi és halmozottan sérült

emberek voltak az üdülő vendégei, és használták az azzal szemben lévő strandot. A szabad strand területe közel két hektár, itt kellett – volna – békésen egymás mellett nyaralniuk az ép és a fogyatékkal élő embereknek. Ez – a személyi nyaralótulajdonosok egy csoportja szerint – a sérült személyekkel kapcsolatos nem megfelelő körülmények, illetve bánásmód miatt lehetetlenné vált, ami miatt levélben fogalmazták meg ellenérzéseiket. A levél egy részlete megvilágítja a probléma gyökerét:

„Addig amíg csak egy területre hordták ki a vezetőket a csoportokat a stégük elé, addig itt nyugalom volt, de ezen a nyáron szinte az egész területet igénybe veszik, meztelenül rohagnak, köpdösnek, cigarettával mennek a vízbe, itt rakják tisztába a tolokocsisokat, artikulálatlanul kiáltoznak egy szóval zavarják az itt pihenését töltő többi állampolgárnak [sic!].”⁴

A beszélgetések során kiderült, hogy a fent említettek valóban megtörténtek, ám véleményem szerint durva általánosításnak lehetünk tanúi. A felsorolt esetek csak alkalmanként fordultak elő. Az üdültető cég vezetőjétől megtudtam, hogy egy személy valóban ruháit lekapva futkározott: „Ha elfordul a nevelő, lerántja, és már rohan is. De csinálja otthon is, az intézetben.”⁵ A panaszos nyaralótulajdonos szájából többször elhangzott a szabadkozás: „Szegények nem is tudták, hogy mit csinálnak.” Mégis, ez a megbocsátó vélekedés azonnal elmaradt, amikor számukra szokatlan szituációkkal és a fogyatékos személyek látványával kellett szembesülniük. Hajdú Tibor számos alkalommal tapasztalata, hogy az átlagemberek nincsenek felkészülve a „normálistól” eltérő test látványára.

Ezt támasztja alá Lennard J. Davis nézete is, amely szerint a fogyatékkal élők megítélése összefügg a napjainkban uralkodó normalitás azon fogalmi koncepciójával, amely a „normális” és az áhított „ideális test” kapcsán alakult ki. Könyvében kifejti, hogy a gond nem a fogyatékkal élő személyekkel van, hanem azzal, ahogy a normális mai fogalma problémát kreál a fogyatékos személyből és kinézetéből. A nem tökéletes emberi test látványa a nyilvános térben sokak számára nem természetes (Davis, 1997: 9–10). Ezzel összecseng a levelet aláíró nyaralótulajdonos véleménye: „Nem igazán egészséges, épp elég furcsa látvány az ilyen szegény ember.” A panaszos levélben felsorolt esetek főként a sérült nyaralók nyilvánvalóan érzékelhető, külsőleg is látható egészségi állapotából eredtek. Kifogásolták, hogy a fogyatékkal élő nyaralók artikulálatlanul üvöltöztek, de azt már nem vették figyelembe, hogy akad, aki csak így tud kommunikálni. Sérelmezték a köpködést, ami annak a következménye, hogy egyeseknek folyik a nyáluk. A legfelháborítóbbnak azonban azt ítélték, hogy az inkontinens személyek pelenkáját úszás előtt a strandon vették le, illetve cserélték ki:

„Elvileg lehet mindenki [a strandon], de ez nem fedezi annak a lehetőségét, hogy mindenki törekedjen, legmesszebbmenőkig törekedjen arra, hogy a mellette nyaralóknak [...] ne okozzon problémát. Én sem csinállok semmi megbotránkoztatót. Hogy akik a környezetemben vannak, azok ugyanolyan jól érezzék magukat, mint ahogyan én szeretném, és ugyanezt elvárom tőlük is.”

Ez Kézdi Gabriellának, a levél másik aláírójának a véleménye. A levél végén az aláírók soron kívüli intézkedést kértek a polgármestertől.

Hajdú Tibor elmondása szerint a problémák 2007-ben kezdődtek, amikor először nyaraltatta Balatonszemesen vendégeit. Akadt, aki felszólította a fogyatékkal élő strandolókat és nevelőiket, hogy menjenek el a fa alól, mert „ő 24 éve ide jár, és neki joga van megválasztani azt a helyet, ahol ő ki akar feküdni”.⁶ Idén az eddigi konfliktus új szintre lépett a levél megszületésével, ahogy ezt Hajdú Tibor is megjegyezte: „Innentől kezdve ez a dolog már írásos formát vett, és az írásos forma már alkalmas arra, hogy bizonyítani tudjam, hogy egyáltalán mit gondolhattak.”

A levél megírása jelenti az ügy sarkalatos pontját, hiszen a fogyatékkal élő emberekkel kapcsolatos negatív vélemények immáron leírt szavakban öltöttek testet. Ez mindenképpen kirívó esetnek számít, hiszen általában az elutasításnak, a fogyatékkal élő emberekkel szembeni diszkriminációnak ritkán születnek dokumentumai. A levél egésze nagyon érdekes, számomra főként az aláírók sora: 11 név olvasható, ezek közül négy ugyanazzal a vezetéknevvvel ellátva – feltehetően egy család tagjairól van szó.⁷ Továbbá az aláírások mellett szerepelt a „és még kb. 300 fő” megjegyzés.

„Mivel ugye ott a strandröplabda bajnokság is ment, nagyon sok néző volt, pláne a döntőkre. Ezen kívül tényleg nagyon sok ember jött arra a partszakaszra és utána, akik ugye meglátták ezeket a szituációkat elhúzódtak lejjebb, vagy még lejjebb vagy átmentek a másik részre”

– így a levél egyik aláírója.

A panaszos levél aláírói tehát magától értetődőnek vették, hogy a többi néző, ott strandoló egyetért velük, és kifogásolja a sérült emberek jelenlétét, viselkedését. Ezt részben a strandlátogatók számának megcsappanásával támasztották alá. Hajdú Tibor szerint ez a gazdasági változás számlájára róható fel. Ő személyesen több olyan emberrel is beszélt, akinek semmiféle problémát nem okozott, hogy fogyatékkal élőkkel kell egy területen üdülnie.

Hajdú Tibort a polgármester megkereste a levéllel és a felmerült panaszokkal. Több szóbeli megbeszélést követően az üdültető cég vezetője úgy döntött, mindenkivel megosztja felháborodását. Felkereste a TV2 szerkesztőségét. Az ügygel a „Koffeinmentes Mokka” című műsorban foglalkoztak 2008. augusztus 12-én. Majd beindult a gépezet, több médium kereste fel az érintetteket, számos újságíró jelent meg az ominózus strandszakaszon. A polgármester egyértelműen elzárkózott a fogyatékos nyaralók bármilyen szintű kirekesztésétől, az ügy a médiában pozitív végkicsengéssel zárult.

A levél megírásának körülményei

Hibát követtek el a sajtó képviselői, ugyanis egyikük sem derítette fel a levél születésének pontos körülményeit. A dokumentum megfogalmazása előtt egyes nyaralók több alkalommal keresték fel személyesen, illetve telefonon a polgármestert, mert sérelmezték a fogyatékos üdülővendégek jelenlétét és viselkedését. A levelet aláíró panaszosok számos alkalommal érveltek azzal, hogy ők már több évtizede erre a partszakaszra járnak, és ez jogalapot nyújt nekik arra, hogy itt zavartalanul pihenjenek. Elsőre ezzel a polgármester is egyetértett, mivel intézkedni kezdett. Erre a levelet aláíró nyaralótulajdonos így emlékszik:

„Ott a polgármester nekünk azt mondta, hogy írjuk le. Ott helyben. Lejött a partra, ott kért papírt és tollat a büféstől és ahány ember ott volt, mondta a maga észrevételét. [...] Ott lent a parton, a pléhbüfé előtt történt ennek a levélnek a megírása, az ott lévő, lenti emberek véleménye alapján. Ő mondta, hogy írjuk le, a szó elszáll, illetve ő se tud ennyi mindent megjegyezni, és ő így ezt ki fogja vizsgáltatni. Amit ő utána a Hajdú úrnak megmutatott, amit a Hajdú úr elvett a kezéből és felküldte a TV2-höz.”

Azt, hogy a levél az ő buzdítására született, a polgármester is megerősítette. A panaszosok tehát felkeresték felelős önkormányzati vezetőjüket problémáikkal, ő támogatásáról biztosította őket, és megígérte nekik, hogy intézkedik az ügyben. Majd mikor személyesen az üdültető cég vezetőjével nem tudott zöld ágra vergődni, és Hajdú megkeresésére a média megjelent a községben, a polgármester megváltoztatta véleményét. Ebben a feltételezésemben az is megerősített, amit a levél aláírója még hozzátett a fentiekhez:

„A polgármester úr, először, mondjuk nekünk azt mondta, hogy teljesen igazunk van, ki kell ezt az ügyet vizsgálni, ő a gondnok úrral meg fogja ezt beszélni. Aztán utána elég sok olyan cikket olvastunk, hogy inkább az ő oldalukra állt, mint azoknak az embereknek az oldalára, akikről tudja, hogy 10 vagy 15 vagy 20 éve itt van nyaralójuk vagy itt laknak, vagy ide járnak. [...] Nem tartottuk őt annyira fairnek ebben a dologban, mert akkor először nekünk mondta volna el, amit én utána aztán mondtam is, hogy akkor talán ezt először velünk kellett volna megbeszélni. Már akik így a panaszos levéllel éltek, mert ő kérte meg. Mert ha ezt akkor tudjuk, le se írjuk. Szóbeli dolog, de ő se gondolta volna, hogy ez ekkora port kavarr.”

A polgármester által üzött kettős játékra Hajdú is utalt beszélgetésünk során. Továbbá megemlítette, hogy a polgármester alkalmasint együtt ivott a levelet aláíró társasággal, tehát feltételezhetjük, hogy jó viszonyt ápolt velük. Ezt Kézdi Gabriella, a levél másik aláírója is megerősítette: „Száz ember bizonyítja, hogy ott itta a pálinkát velünk együtt.”

„Egyértelműen elutasítottam, és ilyen esetben bármilyen nyomásnak ellent fogok állni, addig, amíg én írom alá a különböző dolgokat. Nem, nem szeretem az embertelenséget, a gusztustalanságot, a kirekesztettséget, a megkülönböztetést ilyen módon. Én az embereket érték alapján tudom mérlegelni. Úgyhogy én az elesetteket – és ezt hangsúlyozom – sokkal jobban segíteném, mint ahogy most segíti költségvetési szinten a kormány. Erre csak ez a summás válaszom.”⁸

Ez volt Takács József véleménye a kialakult konfliktusról, amelyet később már mindenhol felvállalt. A polgármester és Hajdú Tibor is említette, hogy egyes ép nyaralók szóban a sérültek elkerítését szorgalmazták a strand területén belül. Ezt a levél aláírója elutasította, és újságírói túlkapásként jellemezte. Véleménye szerint azt ferdíthették el, amikor azt mondták, hogy a strand kerítése mögött állt az a stég, amelynek a vízre helyezését hiányolták. Ám azt elismerte, hogy egy évvel korábban kevesebb gondjuk akadt:

„Évek óta odahordták őket, soha semmi gondunk nem volt, amíg el voltak úgy különítve – ezt most ne úgy értse, hogy kerítéssel, hanem hogy lejjebb voltak egy olyan 50-80 méterrel, megvolt a saját stégjük, csak azt használták.”

A panaszos aláíró tehát kívánatos gyakorlatnak, problémáik megoldásának az eddigi rendszert tartja, amelyben a fogyatékkal élő ember számára csak elkülönítve, a strand végében jut hely. Ez a nézőpont kísértetiesen emlékeztet arra a középkori gondolkodásmódra, amelyről Michel Foucault tesz említést *A bolondság története a klasszicizmus korában* című könyvében. Eszerint a 15. század végén a leprások és a nemi betegek számára új lakhelyet jelöltek ki: „városunk és külvárosaink egynémely tágasabb részén, a szomszédoktól elkülönített helyeken” (Foucault, 2004: 16).

„Egy stéget használtunk”

Amikor a fogyatékkal élő személyek először nyaraltak Szemesen, az üdültető cég egy speciálisan számukra kialakított stéget helyezett a vízre, amelyet kerekesszékekkel is igénybe tudtak venni. A nyári szezon után a stéget ismeretlenek megrongálták, az használhatatlanná vált, így 2008-ban már nem lehetett vízre rakni. A cégnek nem volt pénze a javításra, ezért a többi nyaraló által is használt stégen mentek be a vízbe a fogyatékkal élő vendégek. Ahogy az idézetekből már kiderült, ez a tény rosszul érintette a levél aláíróit. Mintha nem volnának tisztában azzal, hogy a fogyatékkal élő személyek a Magyar Köztársaság teljes értékű és egyenlő állampolgárai, akiknek az „akadálymentes, továbbá érzékelhető és biztonságos épített környezetre” való jogát az Esélyegyenlőségi törvény mondja ki.⁹ A közszolgáltatásokhoz való egyenlő hozzáférés esetében a már 2007 előtt fennállt épületeket 2013-ig kell akadálymentesíteni. Ez a közszolgáltatást fenntartó feladata, tehát esetünkben a balatonszemesi önkormányzaté, és mint a szabad strand fenntartója, köteles lesz speciális, rámpával ellátott stéget állíttatni. Ezért nem megalapozott a levelet aláírók azon felháborodása és követelése, amely szerint egyedül az üdültető cég kötelessége a fogyatékkal élő nyaralók számára szükséges körülmények megteremtése.

„Hogyha ennek az üdülőnek az üzemeltetője, aki heti váltásban 80-100 ilyen fogyatékosot fogad, annak először is kutya kötelessége megteremteni azokat a körülményeket. Mert ő tudja, hogy ezeknek speciális körülményekre van szükségük. [...] És tudja, hogy itt speciális dolgokról van szó. Tehát nem normális, hanem speciális emberekről van szó, akik speciális körülményeket igényelnek.”¹⁰

Mivel az akadálymentesítés határidő előtti végrehajtása nem tilos, ezért ebben a vitás esetben a polgármester felelős vezetőként egy rendkívüli összeget fordíthatott volna a tavalyi stég megjavíttatására, illetve a későbbiekben annak megvásárlására. A dolog abszurditását még egy meglepő tény jelenti. Hajdú Tibor augusztus 7-én tájékoztató válaszlevelet küldött a balatonszemesi Polgármesteri Hivatalnak. Ebben említést tesz arról, hogy amikor a polgármester felkereste a levéllel, a kíséretében lévő úr, Baranyai Lajos, felajánlotta, hogy ingyen megjavítja a stéget. Erre beszélgetésünk során Takács József, a polgármester is utalt.

„De mivel a nyár végére kitolódott ez az egész ügy, a stégjavítás, a stéget már így nem helyezték be, mert egy-két hétre már nem lett volna érdemes behelyezni. Mivel Hajdú úr is tudta, hogy következő évben, ebben az évben már nem fognak nyaralni,¹¹ így minden nyugvópontra került.”

Ha végiggondoljuk, a polgármester a levél megírására való buzdítás helyett türelemre és elfogadásra inthette volna a panaszkozó nyaralótulajdonosokat, és gyors megoldást kereshetett volna a stéggel kapcsolatos problémákra. Minél előbb felkutathatta volna az önkéntes segítőt, akinek munkája révén anyagi ráfordítás nélkül oldhatta volna meg a helyzetet. Azonban a polgármester átgondolatlan viselkedésével részben saját magának is köszönhető a kialakult szituációt. Az üdültető cég vezetője kérdésemre elmondta, hogy azért fordult a médiához, mert feldühítette az, hogy egy család tagjait látta a levél aláírói között. Bántotta az egyértelmű bizonyíték azzal kapcsolatban, hogy a szülők ilyen előítéletes gondolkozásra tanítják gyermekeiket.

A sérült emberekkel szembeni negatív hozzáállás szorosan összefügg azzal a nagyon súlyos társadalmi problémával, hogy az ép emberek nagy része még ma sem tudja, miként viselkedjen társaságukban. Erre a tudatlanságra Kálmán Zsófia és Könczei György is pontosan rávilágít könyve „Morális akadálymentesség” című fejezetében. Véleményük szerint a sztereotípiákat és a fogyatékkal élő személyekkel kapcsolatos közönyt a megfelelő informálás számolhatja fel. A szerzőpáros elsősorban a társadalom olyan szintű tájékoztatását említi, amely segíti a sérült emberek életének megismerését, másrészt útmutatást ad a megfelelő viselkedésmintákat és a segítségnyújtást illetően. Kiemelik a nyilvános fórumok, kiadványok és a valós tényekre támaszkodó publikációk szerepét (Kálmán & Könczei, 2002: 503-506).

Az eset reprezentációja a médiában

A 2002-ben Madridban összeült Európai Fogyatékosügyi Kongresszus résztvevői nyilatkozatukban intézkedésekre tettek javaslatokat azzal kapcsolatban, hogy az Európában 50 millió főt számláló, fogyatékkal élők csoportja minél teljesebb életet élhessen. Ekkor fogalmazták meg elvárásaikat a médiában való megjelenés kapcsán is:

„Az emberi sokféleség elismeréseként a médiában több információt kell közölni a fogyatékos emberekről. Amikor fogyatékosügyi kérdésekről esik szó, a média kerülje a leereszkedő és megalázó hangnemet, és ehelyett azokkal a korlátokkal foglalkozzanak, amelyekkel a fogyatékos emberek küszködnek, valamint azzal, hogy e korlátok megszűnésével a fogyatékos emberek miként vehetnek részt pozitívan a társadalomban” (in Litavec, 2004: 145).

Az érintett, fogyatékosággal élő személyek és képviselőik ezt várják el az újságíróktól, akik főként a többségi társadalom tagjai. Vajon ezeknek a kívánásoknak megfelelt-e az, ahogyan a balatonszemesi esetet a hazai média szakemberei feldolgozták? A média különböző válfajaira lebontva elemzem az úgyról készült tudósításokat. Végül a média értékteremtő hatását az internetes fórumok hozzászólásait vizsgálva és a történetek utójátékának bemutatása alapján összegzem.

Magyarországon utoljára 2003-ban, az ORTT megbízásából közöltek felmérést a fogyatékkal élők médiareprezentációjáról, négy televíziócsatorna műsorait véve alapul.¹² 2001 telén és 2002 tavaszán vizsgálták egy-egy hét adásait. Az eredmények összegzése során megállapították, hogy az adott időszakban a fogyatékkal élő emberek társadalmi arányuknál sokkal kisebb mértékben, kevesebb mint egy százalékban jelentek meg a képernyőn. Azóta nem készült a fogyatékosággal élő személyek médiareprezentációját vizsgáló átfogó, a média további szegmenseire is kiterjedő felmérés. Így hát a konkrét balatonszemesi ügygel kapcsolatban sem áll rendelkezésre semmilyen elemzés. Mivel mindegyik műsorrészlet, illetve újságcikk ugyanazt az esetet tárgyalja, elsősorban a témával kapcsolatos különféle újságírói attitűdöket mutatom be. A már általam is ismert tények megismétlését mellőzve elemzéseimben a különbségekre fókuszálok.

A hazai médiában akkor összpontosul nagyobb figyelem a fogyatékkal élő személyeket érintő ügyekre, amikor valamely esemény botrányt kelt. Továbbá az adott eset hangsúlyozása attól is függ, hogy annak megjelenésekor milyen más, egyéb szempontból „fontosabb” dolgok történnek. A fogyatékkal élő nyaralók ügye 2008. augusztus 12-én, kedden került először a nyilvánosság elé. Ezen a napon kezdődött a Sziget-fesztivál is, valamint a héten a média még kiemelt hírként kezelte az éppen zajló olimpiai játékokat és a grúziai háborút is.

Televízió-műsorok

TV2. Az esettel először a TV2 „Koffeinmentes Mokka” című reggeli műsorában találkozhattak a nézők.¹³ Pár nappal azután, hogy Hajdú Tibor kézhez kapta a levelet, úgy döntött, a nyilvánosság elé viszi az ügyet. Több csatornával próbálta felvenni a kapcsolatot, de nem járt sikerrel. Végül a TV2-nél meghallgatta egy szerkesztő, és

miután elküldte nekik a levél szövegét, a stúdióba invitálták. Az augusztus 12-ei műsorban Jakupcsek Gabriella volt a műsorvezető, aki a személyesen jelenlévő Hajdúval és a telefonon bekapcsolt Czirják Klárával, a levél egyik aláírójával beszélgetett.

Jakupcsek először a levél aláíróját kérdezte a felmerült problémákról. Ezalatt a műsorvezető volt látható a képernyőn: komolyan, érzelemmentes arccal figyelt. Majd, miközben a hölgy beszélt, Jakupcsek arckifejezése megváltozott, fejét félrebiccentette, szemét egy pillanatra behunyta, mint aki több megértést vár el egy ilyen szituációban. Amikor a levél aláírója ismertette problémáikat, és egyebek közt azt kifogásolta, hogy a fogyatékkal élőket kihozták a strandra, a műsorvezető csupán az igazán költői és a probléma lényegére rávilágító „Hisz hogyan máshogy? Hisz hogyan máshogy Klára?” kérdéseket tette fel.

Ezután Hajdú Tiborhoz fordult, és az észrevételek jogosságára kérdezett rá. Az üdültető cég vezetője alig reagált a levél aláírójának megjegyzéseire, amikor Jakupcsek Gabriella már neki is látott a tanulság leszűrésének. Ettől kezdve igazságosztó bíróként viselkedett, mint akinek egyedüli szerepe a megoldás megtalálása. A beszélgetés végére felkérte a panaszos nyaralókat, segítsenek megjavítani és vízre tenni a stéget. Majd, mint aki jól végezte dolgát, lezártnak tekintette az ügyet.

A fogyatékkal élő személyekkel szembeni diszkrimináció súlyos, tényleges bizonyítékkal terhelt esetét Jakupcsek Gabriella egy olyan helyi nézeteltérésnek állította be, amelyet kár volt a nyilvánosság elé tární. Erre többször nyíltan utalt is. Amikor Czirják Klára rövid beszámolóját meghallgatta, Jakupcsek pikírt hangon így szakította félbe a levél aláíróját: „Pillanat, Klára, akkor beszéljék meg, mert ezek szerint ehhez, úgy tűnik, polgármester kell, meg televízió.” Továbbá a műsorvezetőtől elhangzott számos, az ügy bagatellizálására való utalás: „Ezek megoldható dolgok” és „Egy stégért akkora, hihetetlen probléma ez?”

Jakupcsek több olyan elhangzott, diszkriminatív mondatra egyáltalán nem kérdezett rá, amelynek részletezésével alkalma nyílt volna arra, hogy a hölgyet a nyilvánosság előtt szembesítse a ténnyel: a fogyatékkal élő embereknek ugyanolyan jogaik vannak, mint mindenki másnak. Czirják Klára kifejtette, hogy az előző évben még nem voltak problémák, mert a sérült nyaralók stégje a strand végétől 200 méteres távolságra állt. Szó nélkül hagyva azt, hogy a panaszos hölgy a fogyatékkal élő emberek egyfajta kirekesztésének eddigi gyakorlatát népszerűsíti, Jakupcsek a következő módon reagált: „Az egy elképzelhetetlen dolog, én egy idealista szőke nő vagyok, aki azt gondolja, hogy ha most tudjuk, hogy van egy stégprobléma, akkor összefog az a néhány ember, akit érint...?”

A több mint hétperces beszélgetés során Jakupcsek olyan további hibák sorát követte el, amelyeknek véleményem szerint súlyosak a következményei. Rögtön a beszélgetés elején tévesen jelölte meg a levél aláíróinak számát. Először 600 aláírot említett, majd magát kijavítva 300 főt jelölt meg, akik közül csak hatan vállalták a nevüket. Ezek az adatok hamisak, hiszen 11 név szerepelt a panaszos levél alatt, és a „és még kb. 300 fő” címkét véleményem szerint nem lehet aláírásnak tekinteni. Amikor az adásban ebbéli tévedésére Hajdú Tibor felhívta a figyelmét, Jakupcsek szinte ingerülten közölte vele, hogy ez mindegy, csak a panaszok igazságtartalma érdeklí. Egyáltalán nem lényegtelen, hogy ezt a levelet hányan írták alá. A fogyatékkal élő személyekről alkotott képet rontja, ha az eset kapcsán tévesen több száz panaszosra utalnak. Ezután Jakupcsek a fogyatékkal élő nyaralókra többször is gyermekeként hivatkozott. Tette ezt azután is, hogy mindkét riportalany kijavította.

Fogyatékkal élő felnőtt személyekre különösen nagy hiba gyermekként hivatkozni. Ebben Charles A. Riley is megerősített, aki *Disability and the Media: Prescriptions for Change* című könyvében kiemeli: a sérült emberekkel szembeni negatív reprezentáció megváltoztatása során nagy jelentősége van annak, hogy ne gyermekként láttassák őket (Riley, 2005: 2). Jakupcsek Gabriellát élő adásban riportalanyai figyelmeztették tévedésére, mégis többször elkövette ezt a hibát. Az említett hiányosságokból levonható az a következtetés, hogy Jakupcsek egyáltalán nem készült fel a beszélgetésre.

Hajdú Tibor, az üdültető cég vezetője is így vélekedett a stúdióbeszélgetés után. Találkozásunkkor elmondta: hiányolta Jakupcsektől a kérdéseket azzal kapcsolatban, hogy milyen atrocitások érték a fogyatékkal élő nyaralókat a levél megírása előtt. A műsorvezető által tanúsított felkészületlenség és hozzáállás megengedhetetlen, hiszen ez volt az ügy első megjelenése a médiában, amikor is különösen fontos az árnyalt reprezentáció.

A TV2 még egyszer visszatért a témára augusztus 21-én, amikor a „Mokka nyár”¹⁴ című műsorban a fogyatékkal élő nyaralók esetéből kiindulva beszélgetett Liptai Claudia műsorvezető és Lévai Katalin európai parlamenti képviselő. Mivel az adott műsor részlet csak részben érintette a témát, hosszabb elemzésétől eltekintek. A balatonszemesi ügyet tágabb kontextusba helyezve szó esett a társadalmi szemléletváltozásról, az akadálymentesítés hiányosságairól és az integrált oktatás fontosságáról. Hiányoltam legalább egy, sérült embereket képviselő szervezet munkatársának vagy egy fogyatékkal élő személynek a jelenlétét a beszélgetésből. Mint azt Tausz Katalin az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet (AKTI) által 2007-ben szervezett konferencián elmondta, a hazai médiában is gyakori hiba, hogy az érintett, fogyatékkal élő személyek véleményét nem kéri ki az őket érintő kérdésben. Tausz ezt a láthatatlan állampolgárként való bánásmód egy újabb módszereként jelöli meg.¹⁵ Ez a mulasztás itt is megesett – a műsorvezető röviden összefoglalva utalt is rá: „Nagyon sokszor beszélgetünk itt a műsorban fogyatékkal élő emberekről...”. Véleményem szerint a szemléletváltozást az segítené elő, ha sokszor beszélgetnének fogyatékkal élő emberekkel.

RTL Klub. A másik nagy kereskedelmi csatorna, az RTL Klub a balatonszemesi eseményt az augusztus 13-ai „Híradó”-ban dolgozta fel, kétperces összeállításban. Ekkor az üggyel kapcsolatban már megszólalt a polgármester is, aki – mint említettem – a nyilvánosság előtt elutasított bármiféle, a fogyatékkal élő vendégekkel szembeni negatív hozzáállást. Az ügy komolyságának súlyát mindenképpen megerősítette, hogy már az esti műsorsávban is, azon belül a „Híradó”-ban szerepelt. A már említett, az ORTT által készített 2003-as felmérés kimutatta, hogy a fogyatékkal élő személyekről szóló témák ritkán jelentek meg az objektív tájékozódást elősegítő műsorokban.

Kiemelik, hogy ezek az ügyek általában a csekély nézettségű időszakokban kerülnek adásba. A balatonszemesi eset kapcsán ez nem bizonyult igaznak, amit pozitív változásként értékelhetünk.

Ebben a riportban már eltűnt a Jakupcsek Gabriella-féle beszélgetés kapcsán említett negatív, „jelentéktelen ügy” hangsúly. A téma ezen feldolgozása már nem a stég hiányára összpontosított, hanem arra, hogy az üdültető cég vezetője szerint a fogyatékkal élő nyaralók elkerítését szorgalmazták egyes nyaralótulajdonosok. Továbbá már a felkonferáló szövegben szó esett a polgármester pozitív reakciójáról.

Az RTL Klubon sugárzott riportban egyik nyaralótulajdonos sem vállalta arcával véleményét. Kérdésemre ezt azzal indokolták, hogy pihenni akartak, és túlzásnak tartották a média nagyfokú érdeklődését. A riporter telefonon tudta csak utolérni az egyik aláíró, de ennek köszönhetően az adásban elhangzott az az információ, amelyet a panaszosok a saját védelmükben hoztak fel. E szerint nekik csak egy bizonyos csoporttal voltak problémáik, de ennek tagjai azóta elutaztak.¹⁶ Az újságíró azt is kiemelte, hogy a panaszosok egyike pedagógus. Ezt megerősíthetem, mert ez a személy az általam felkeresett panaszos, aki nevét nem vállalva nyilatkozott.

A történetekről a fő televíziós csatornák közül egyedül az RTL Klub sugárzott helyszíni riportot.¹⁷ Ez azért fontos, mert ekkor már láthatóvá váltak maguk a fogyatékkal élő nyaralók is. Noha a forgatás időpontjában már nem a levél aláírói által sérelmezett csoport üdült a parton, de mivel Hajdú Tibor szerint a konfliktus állandó volt, feltételezem, hogy a negatív hozzáállás nemcsak velük szembeni volt.

A riport első képein 20–30 felnőtt korú, fogyatékkal élő személy látható, aki fürdőruhában álldogál. Eközben az éppen pakoló nevelő hangját halljuk: „Figyelj rám picit, ott van egy szemetes kuka!” Ezután egy, a stégről vízbe ereszkedő fogyatékkal élő nyaralót, majd a csoport vízben labdázó tagjait mutatják. Míg a narrátor a levél aláíróinak panaszairól számol be, addig az elhangzottakkal ellentétes képeket láthatunk. Erre szemléletes példa, amikor a riporter éppen azt említi, hogy „szinte az egész területet elfoglalják” a csoport tagjai, akik plédeken nyugodtan, egymáshoz közel ülnek, gondozóikkal körülvéve. A fogyatékkal élő nyaralókról a legtöbb felvétel nagytotálban készült, messziről mutatja őket. Egy-egy ember a kamerába mosolyog, kedvesen érdeklődik. A következő kockákon három kerekesszékes nyaraló ül egy fa alatt. Az egyedüli közeli felvétel egy felső végtaghiányos férfiről készült. Néhány kockán szerepelnek ép nyaralók is, akik békésen napoznak a fogyatékkal élő személyek mellett. Ez mindenképpen elősegítheti a pozitív szemléletváltást. Mint ahogyan azt Jack Adolph Nelson is részletezi *The Disabled, the media and the information age* című könyvében, a fogyatékkal élő személyek és az épek közti barátságos viszony bemutatása hozzájárul a negatív sztereotípiák lerombolásához. A szerző egy 1978-as amerikai tanulmányt elemez, amelyben arra mutattak rá, hogy fogyatékkal élők és nem fogyatékkal élő személyek ritkán láthatóak valamilyen közös tevékenység során főműsoridőben (Nelson, 1994: 10).

A balatonszemesi esetről való tudósításból azonban hiányoltam, hogy egy ép nyaralót is megszólaltassanak, akit megkérdezhetek volna arról, akadt-e bármiféle problémája a közös stéghasználat miatt. Felmerült bennem az is, miért nem nyilatkozott senki a fogyatékkal élő nyaralók közül. Bár az tény, hogy halmozottan sérült személyekkel nehéz lehet a kommunikáció, de a nagy létszámú csoportban nyilván lett volna olyan, akit akár csak arról meg lehetett volna kérdezni, hogy nyaralt-e már életében valaha. Noha az RTL Klub riportjából hiányoltam a téma személyesebb, bátrabb feldolgozását, elfogadható összegzést nyújtott az esetről. Finoman elhatárolódott a levélíróktól, és igyekezett a fogyatékkal élőket pozitív színben feltüntetni. A képi reprezentáció során a bejátszás óvatos volt, a sok távoli felvétel azt sugallta, hogy tartottak a valós látvány bemutatásától.

Magyar Televízió. Előzetes szándékom az volt, hogy a két kereskedelmi televíziócsatorna és a közszolgálati adó műsorait elemezzem majd. Sajnos ezt nem tudom teljesíteni, ugyanis a Magyar Televízió az üggyel semmilyen formában nem foglalkozott. Az archívumban nem találtam az esettel kapcsolatos riportot, műsort, esetleg híradórészletet. Az általam felkeresett érintettek sem emlékeztek arra, hogy az MTV-től bárki megkereste volna őket. Értetlenül állok ezelőtt, mert éppen a közszolgálati médiumtól várható el az, hogy egy ilyen ügyet alaposan feltérképezzen, majd színvonalasan bemutasson. Különösen azért, mert a médiatörvény kimondja, hogy a közszolgálati műsorszolgáltató köteles az életkoruk, a testi, a szellemi vagy a lelki állapotuk, a társadalmi körülményeik következtében súlyosan hátrányos helyzetben lévő csoportok számára fontos információkat elérhetővé tenni, és az elérhető szolgáltatásokról tájékoztatást nyújtani.¹⁸ Persze, ha szigorúan vesszük, ebben az esetben éppen a *nem* elérhető szolgáltatásokról kellett volna beszámolniuk, tehát nem vétettek törvényi kötelezettségük ellen. Továbbá a közszolgálati műsorszám törvénybeli meghatározása kimondja, hogy az a hátrányos helyzetű csoportok számára készül. Vajon ahol ők maguk a szereplők, az nem nekik szól? Egyedül a televízió internetes portálján található egy cikk a balatonszemesi nyaralókról, azonban az csupán egy másik internetes újság által megjelentett cikk átvétele.

Napilapok

Négy újságcikket tekintettem át a balatonszemesi üggyel kapcsolatban. Vizsgálatom kizárólag országos terjesztésű napilapokra szorítkozott. A Magyar Terjesztés-Ellenőrző Szövetség adatai szerint az időszak legnagyobb példányszámban terjesztett napilapja a Blikk volt.¹⁹ Az eset feltehetően legolvasottabb írásbeli reprezentációját párhuzamba állítom a szintén népszerű Bors magazin cikkével. Továbbá a minőségi politikai napilapok reakciójára is kíváncsi voltam. A Népszabadság és a Magyar Nemzet cikkét szintén párhuzamosan elemezzem majd. Ennek oka, hogy a cikkek műfaja és tartalmi felépítése olyan hasonlóságokat mutat, amelyek mindenképpen indokolták és érdekesség teszik a csoportokra bontott, közös elemzést.

Blikk - Bors. A nagy olvasótáborral rendelkező bulvárnapi napilapok kis csúszással, csak augusztus 14-én írtak az esetről. Mindkét médiatermék csak kis keretes rövidhírként számolt be a történetekről, bármiféle kiemelés vagy kép nélkül. A Blikk „Magyarország” rovatában velős összegzést olvashattunk:

„Vita a strandon
Balatonszemes – Tiltakozó levelet küldött a polgármesternek egy, a településen nyaraló társaság. Zavarja őket ugyanis, hogy a falu egyik vízparti üdülőjéből a fogyatékosokat is arra a strandra viszik ki a nevelők, ahol ők pihennek.”²⁰

Hasonló a Bors, a szórakoztató napilap híre is:

„Elkerítenék a fogyatékosokat
Tiltakozó levelet fogalmazott meg 12 nyaraló Balatonszemesnél. A társaságot az zavarja, hogy a fogyatékosok is ott strandolnak, ahol ők pihennek, ezért egy kerítés megépítését kérték a helyi polgármestertől.”²¹

Egyértelmű, hogy a cikkek felületen újságírói munkáról tanúskodnak. Ám ha ezen felülemelkedünk, és elfogadjuk a bulvárműfaj szabta szoros keretet, akkor is súlyos hiányra mutathatunk rá. Egyik rövidhírben sem jelenik meg az üdültető cég vezetőjének véleménye, illetve az, hogy a polgármester elzárkózott a kirekesztés elől. A hírek így hiányos tájékoztatást nyújtanak, továbbá semmiféle elhatárolódó attitűdöt nem mutatnak fel a diszkriminációval szemben. A fogyatékkal élő nyaralók mint alapvető emberi jogokkal rendelkező személyek nem jelennek meg. Várakozásaimmal ellentétesen azt tapasztaltam, hogy a két napilap nem megdöbbenő, botrányos sztoriként írt a történetekről.

Illuzórikus hozzáállás lenne azt várni a bulvárujságoktól, hogy mélyebben és részletesebben foglalkozzanak a fogyatékkal élő személyeket érintő hírekkel. Mint az a Litavec Anna által szerkesztett, *Közvetítés* című tájékoztató összeállításban is olvasható, a bulvársajtó még ma is sokszor szenzációhajhász módon, szánalomkeltően dolgozza fel az ezzel kapcsolatos témákat (Litavec, 2004: 22). A balatonszemesi eset kapcsán szerencsére ez elmaradt, azonban a reprezentáció hiányos és rossz volt. A legolvasottabb napilapok szerkesztőitől, újságíróitól annyi tudatosság elvárható, hogy a fogyatékkal élő személyeket egyenrangú állampolgárként kezeljék, és az ellenük irányuló diszkriminációtól egyértelműen elhatárolódjanak.

Népszabadság – Magyar Nemzet. A napilapokban közölt egy-egy cikk több hasonlóságot mutat. A Magyar Nemzetben augusztus 14-én „Elkülönítenék a sérült nyaralókat”, a Népszabadságban pedig augusztus 15-én „Fogyatékos tolerancia” címmel írtak az esetről. Szerkezeti felépítésük megegyezik, a téma felvetése után rögtön megemlítik a polgármester elzárkózó hozzáállását. Ezután írnak a levélírók panaszairól, megszólaltatják a polgármestert és az üdültető cég vezetőjét is. A történetek korrekt összefoglalása olvasható, ahol az ügy minden érintettjének véleménye képviselve van.

Mindkét cikk azzal ér véget, hogy szerencsére kirívó esetről van szó, az emberek általában segítőkészen viszonyulnak a sérült személyekhez. Befejezésül pedig azt az ígéretet hangoztatják, hogy a megjavított stég a panaszosok segítségével kerül majd ismét vízre. A Népszabadság újságírója kritikusan utal arra, hogy az ígért segítség több napja várat magára. Mindkét cikk érdeme, hogy többször kritikai élel fogalmaz a fogyatékkal élő emberek védelmében. A Magyar Nemzet újságírója, G. Juhász Judit ezt erőteljesebben alkalmazza, amikor a levélírók panaszairól ír: „Artikulálatlan hangokat adtak ki, és szinte az egész (másfél hektáros!) szabad strandot igénybe veszik.”²² A másfél hektár felkiáltó jellel való kiemelése mindenképpen a szerző megdöbbenését tükrözi. Több, a szóbeli konfliktusra tett utalást is olvashatunk, a kerítés emelését szorgalmazó gondolat pedig kétszer is megjelenik a Magyar Nemzet cikkében. Az eddigi megjelenésekhez képest új elemet mutat fel az írás: rövid magyarázatot nyújt a panaszokra. Hajdú Tibornak, az üdültető cég vezetőjének reakcióját idézik az „artikulálatlan hangokkal” és a pelenkázás indokaival kapcsolatban. Véleményem szerint ez mindenképp elengedhetetlen eleme bármilyen, fogyatékkal élő személyekkel kapcsolatos médiareprezentációnak.

A ténytérű, ok-okozati megjelenítés segíti a reális tájékoztatást, és kulcsfontosságú a sérült emberekkel szembeni elfogadás során. Ezt Timothy R. Elliot és E. Keith Byrd is megerősíti az 1982-ben megjelent *Media and Disability* című írásában. A szerzőpáros a fogyatékkal élő személyekkel szembeni szánakozó, aggodalmaskodó hangnem káros hatásait elemzi, és ennek megváltoztatására szólít fel. A megoldást abban látják, hogy a médiatermékekben tisztelettel és a tényleges helyzetet felismerve kell szólni róluk (Elliot & Byrd, 1982: 348–354). Ezt az elvárást a Népszabadság cikke is teljesíti. Török Tünde és Matalin Dóra cikkében az egyik aláíró, Kézdi Gabriella a nevét vállalva nyilatkozik. A tőle származó idézeteket az újságírók nem kommentálják, az olvasókra bízva mondatai megítélését. A hölgy véleménye után rögtön olvashatjuk a polgármester reakcióját is. Az újságírók fogyatékkal élő nyaralók mellett álló attitűdje csak visszafogottan, egy-egy szófordulatban, az ironikus címben és a már említett lezárásban jelenik meg.²³

Minden kétséget kizáróan ez a két cikk volt az eset legteljesebb megjelenítése a médiában. Azonban a mélyebb elemzés, a szélesebb kontextusba helyezés ez esetben is elmaradt, és itt nemcsak a levél megírásának felderítetlen körülményeire gondolok. Egy egyszerű keresés a Google-ben, és még érdekesebb lett volna a történet.

A Népszabadság által megszólaltatott Kézdi Gabriella ugyanis 2002-ben az önkormányzati választások során Budapest XIV. kerületében képviselői helyért indult a Szabad Demokraták Szövetségének jelölésében.²⁴ Kérdésemre telefonbeszélgetésünk során ezt ő maga is megerősítette. Természetesen az újságírókat nem lehet arra kötelezni, hogy minden egyes riportalanyuk élettörténetét megismerjék, de egy ilyen ügy kapcsán a panaszos levélírók kiléte mindenképpen jelentőséggel bír. Főleg akkor, ha az említett hölgy a cikkben arra utal, hogy szerinte fordított világban élünk, ahol a sérült emberek jogainak védelme kerül előtérbe, és az egészséges emberek jogait már senki sem védi. Az általam felkeresett másik aláíró is osztotta ezt a nézetet: „Elnézést, az egészséges embereknek és azoknak, akik a tizenkét hónapból tizenegyet dolgoznak, az érdekeit ki védi?” Kézdi Gabriella nekem is megerősítette, hogy ők csak a zavartalan nyaraláshoz való jogukat tették szóvá.

Erre a szemléletmódra fókuszálva akár igazi tényfeltáró riport születhetett volna, amelyben még egy meglepő tény kerülhetett volna elő. A pártok közül egyedül az SZDSZ reagált hivatalos közleményben a történetekre, és üdvözölte a polgármester elhatárolódását.²⁵ Az augusztus 15-én megjelentetett nyilatkozat a felszínes, botránykeltő információkat vette alapul, és mindenféle további hivatalos tájékozódást mellőzött. A közlemény és a Népszabadság cikke egy napon jelent meg, tehát Kézdi Gabriella liberális szellemiségére csak a Török Tünde-Matalin Dóra szerzőpáros előzetes, figyelmesebb munkája következtében derülhetett volna fény. Ez sajnos elmaradt, pedig egy új kontextust nyithatott volna a konkrét eset kapcsán, amelyben az önkormányzati képviselőjelöltek kiválasztásának felelősségteljes mechanizmusát és az általuk képviselt politikai eszmék megalapozottságának kérdését is fel lehetett volna vetni.

Kossuth Rádió

A Kossuth Rádió már az augusztus 13-ai „Kronika”-ban beszámolt a balatonszemesi fogyatékkal élő nyaralók ügyéről. A korábbiakkal szemben az elhangzott riport egyáltalán nem foglalkozott a stég kérdésével. A panaszok megcáfolására és arra összpontosított, hogy csupán pár elégedetlenkedő nyaralótulajdonosról van szó. Az összeállítás a levélből nem idéz, csupán az üdültető cég vezetőjének nyilatkozatára hagyatkozik. Hajdú Tiboron kívül megszólal még a polgármester, Takács József is. Mivel a panaszosok nem kívántak nyilatkozni, a riport egyoldalúan mutatta be a történeteket. Viszont a Kossuth Rádió adásában végre megszólaltattak két másik, közelben nyaraló személyt is.

„Ittas emberek sokkal kevésbé normálisan viselkednek, mint ők. Engem nem zavarnak.”

„Egészséges embernek körbenézni ilyen beteg embereken nem olyan szívderítő látvány, hogy hogyan lehet így élni. Ha engem zavar, fogom a cókókom, odébb mehetek, de ők nem.”²⁶

Természetesen az idézett mondatok a tények feltárását nem segítik, de mindenképpen példát kínálnak arra, hogy volt olyan strandoló, aki a fogyatékkal élő nyaralókhöz megértéssel viszonyult. Véleményem szerint a riport során érzelmileg akartak hatni a hallgatókra, a fogyatékkal élő nyaralókat védve. Mivel ez bújtatottan, a nyilatkozók szavaiban nyilvánult meg, a téma feldolgozása nem vált szánakozóvá, érzélgőssé. Azonban a véleményformáló szándék mit sem ér, ha a tények, a panaszok részletesebb ismertetése elmarad. A riport egysíkúvá vált, nem nyújtott átfogó rálátást az ügyre. A Kossuth Rádióban más formában nem dolgozták fel a témát, még az „Élhető világ” című, minden hétköznap jelentkező, többek közt fogyatékkal élő személyekkel foglalkozó műsor sem érintette. Mint azt Vágner Máriaótól, a műsor felelős szerkesztőjétől megtudtam, ennek oka az volt, hogy az olimpiai játékok miatt különleges adásrend volt érvényben, ezért az „Élhető világ” ideiglenesen szünetelt.

Vélemények végjátéka

Az eset médiareprezentációjáról minél szélesebb képet akartam kapni, ezért elolvastam az internetes oldalakon megjelent cikkeket is. Mivel ezek a lakosság kisebb, internet-hozzáféréssel rendelkező részéhez jutottak csak el, elemzésüket most nem végeztem el. Fontosnak tartom azonban megjegyezni, hogy ezen írásokban már előfordult egy-egy erős kifejezés a fogyatékkal élő személyekkel vagy akár a kerekesszékekkel kapcsolatban. Egyértelműen látható volt, hogy az online médiában még nem terjedt el a korrekt, elfogadott beszédmód a témával kapcsolatban. A nagy internetes portálokon (mint az index, az origo) egyáltalán nem jutott hely a balatonszemesi hírek vagy az ezzel kapcsolatos vitának.

Az internetes újságok cikkeinek nagy része egy forrásból, a Somogy online (a továbbiakban sonline.hu) tudósításából táplálkozott, ezt adták közre hosszabb-rövidebb formában. A már elemzett megjelenésekhez képest ez a cikk új információt nem tartalmazott, viszont teret adott az olvasók véleményeinek. Ezen kívül még egy helyen lehetett a hírt kommentekkel ellátni: a TV2 internetes oldalán, de ott csak pár megjegyzés olvasható. A megyei érdekeltségű sonline.hu oldalán a cikkhez összesen 53 hozzászólás született,²⁷ vitára, személyes érvelésre is sor került. A hozzászólók többsége elítélően nyilatkozott a levél aláíróiról, és értetlenkedését fejezte ki a panaszokkal kapcsolatban. Megszólaltak olyanok is, akik akkor épp Balatonszemesen nyaraltak, a fogyatékkal élő személyek mellett, és semmilyen problémájuk nem akadt. Ezek a vélemények újabb és újabb személyes adalékokkal színesítették az eddigi képet. Négy szerző értett egyet a panaszosokkal, és képviselte azt a véleményt, amely szerint inkább elkerülik a fogyatékkal élő embereket. Egyikük vitába bonyolódott egy másikkal, aki erre leírta saját tapasztalatait. „Engem is megbámulnak a gyógyfürdőkben (nem szellemi fogyi vagyok), de úgy érzem, nekünk is jogunk van a normális emberi élethez.” A demokratikus internetes térben végre teret kapott egy érintett, fogyatékkal élő személy, hogy beszámoljon az általa eddig tapasztalt hozzáállásról, és felhívja a figyelmet jogaikra. Természetesen ezt csak röviden tette, de ez is mutatta, hogy a probléma többeket érint. A beszélgetés során a sérült személyekkel szembeni negatív kijelentéseket elítélte a fórum közössége, reményt adva arra, hogy a panaszosok véleményükkel a kisebbséghez tartoznak. Mindenképpen jó, hogy legalább egy helyen lehetőség nyílt az őszinte eszmecsere, még ha a vita az általánosságok és érzelmes sztereotípiák szintjén zajlott is.

Sajnos a negatív vélemények egy másik színtere is megjelent a történetekkel kapcsolatban. Hajdú Tibor kérdésekre elmondta, hogy cége 2009 nyarán Siófokon bérel majd egy 36 fős üdülőt. Ez mindenképpen jelentős visszaesés a korábbi 90 férőhelyes épülethez képest. A cégvezetőhöz kevesebb megrendelés érkezett, három, fogyatékkal élő emberekkel foglalkozó intézmény igazgatója a tavalyi „botrány” miatt nem akarta többé igénybe venni szolgáltatásait. Hajdú cégének megítélése összefonódott a történetekkel, és ez nem vetett rá jó fényt jövőendőbeli partnerei előtt. Ezt megelőzve új név alatt másik egyesületet alapított, ezzel próbálja folytatni tevékenységét. Tehát éppen azon intézményvezetők egy része utasította el a balatonszemesi ügy felvállalását, akik az érintettek gondozásával foglalkoznak. Nem a gondozottaikkal szembeni diszkriminációnak, hanem olyan botránynak tartották az ügyet, amely kellemetlen számukra.

Ez véleményem szerint a hiányos reprezentációknak is köszönhető, ami közvetetten annak az eredménye, hogy a magyar médiában nincs semmiféle konszenzus a fogyatékkal élő személyek reprezentációját illetően. A sérült emberek egyenlő jogait a médiában dolgozó szerkesztőknek, újságíróknak tudatosan kell képviselniük. Vállalniuk kell és el kell végezniük ezt a feladatot azért, mert rajtuk is múlik egy-egy ilyen eset megítélése. Mindenképpen figyelemreméltó, hogy az általam vizsgált médiareprezentációk egyikében sem szerepelt az, hogy a fogyatékkal élő embereknek ugyanúgy jogukban áll bárhol lenni, pihenni. Ez az elsősre triviálisnak tűnő megállapítás a történetek kapcsán nagyobb hangsúllyal bír. Napjainkban még mindig alapvető újságírói kötelesség a hátrányban lévők egyenlő jogairól szólni, mert tudatosság nélkül lehetetlen a negatív sztereotípiák és hozzáállás megváltoztatása.

Az újságíróknak nem sikerült a balatonszemesi strandon együtt pihenő fogyatékkal élő és ép emberek közt kialakult konfliktusról szóló tudósításaikkal elősegíteniük a szemléletváltozást. Elmaradt az ügy tágabb kontextusba való helyezése, és – amint elemzésemben arra rámutattam – a megjelenésekben számos hiba fedezhető fel. Az óvatos feldolgozás, a szánakozó hangnem és az egyoldalú tájékoztatás azt támasztja alá, hogy a fogyatékkal élő emberekkel kapcsolatos témák még mindig egyfajta tabunak számítanak. Számomra ezt bizonyítja, hogy egyik sajtótermékben sem jutottak szóhoz maguk az érintettek mint sértett állampolgárok vagy akár az őket képviselő szervezetek munkatársai. Mintha az újságírók félnének boncolgatni a tényt, hogy diszkriminatív és sztereotip vélekedések hatják át a közgondolkodást. Pedig itt az ideje elhagyni a körülményeskedést és kimondani: a diszkrimináció egy létező és sok embert érintő társadalmi probléma.

Továbbá az eset alapos körbejárása közben megbizonyosodtam arról, hogy a hazai médiában még mindig rossz a helyzet. Nem csupán a fogyatékkal élő emberek megfelelő reprezentációja a kérdés, hanem az is, hogy a valódi történet és annak összefüggéseit bemutatják-e. Mintha senki sem az igazságot akarta volna kideríteni, csupán a botrányszagú eseményt egyetlen nézőpont szerint feldolgozni. Ennek eredménye az is, hogy nem derült fény a polgármester ellentmondásos viselkedésére. Ez az újságírói etika szempontjából mindenképp súlyos vétség.

Meglátásom szerint az ügy kapcsán nem az a legelkeserítőbb, hogy egyesek elítélően gondolkoznak fogyatékkal élő embertársaikról. Mivel a véleménynyilvánítás szabadsága mindenkit megillet, senkit nem lehet elfogadó, humánus viselkedésre kötelezni. Számomra azonban az eset súlyos tanulsága az, hogy napjainkban Magyarországon vannak olyanok, akik nincsenek tisztában az alapvető emberi jogokkal. Azt képzelik, fogyatékkal élő embertársaik felett állnak, és intézkedést sürgethetnek jogaik gyakorlásának megakadályozása érdekében. Elemzésem készítése közben fogalmazódott meg bennem a gondolat, hogy ez a társadalmi kérdés és a mottómul választott dalrészlet összefüggésben áll. A Balatonszemesen történetek azt mutatják: e dal szövegét átérezni csupán egyesek kiváltsága. Vannak olyanok, akik azt hiszik, jogukban áll másokat önző módon megítélni. A média felelőssége is tudatosítani bennük azt, hogy tévednek. A többiek pedig addig csak várnak arra, hogy nekik is lehessen végre: a Balaton a Riviéra.

Felhasznált irodalom

Davis J., Lennard (1997): *The Disability Studies Reader*. New York & London: Routledge.

Elliot, Timothy R. & Byrd, E. Keith (1982): Media and disability. In: *Rehabilitation Literature*, vol. 43, no. 11-12.

Foucault, Michel (2004): *A bolondság története a klasszicizmus korában*. Budapest: Atlantisz.

Kálmán Zsófia & Könczei György (2002): *A Taigetosztól az esélyegyenlőségig*, Budapest: Osiris.

Kunczik, Michael (2001): Demokratikus újságírás. *Médiakutató*, nyár.

Litavec Anna, szerk. (2004): *„Közvetítés” – Fogyatékosügy és média Magyarországon*. Budapest: Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium & Magyar Újságírók Országos Szövetségének szakmai kiadványa.

Nelson, Jack Adolph, ed. (1994): *The Disabled, the Media, and the Information Age*. H. n.: Greenwood Publishing Group.

Riley, Charles A. (2005): *Disability and the Media: Prescriptions for Change*. Hanover & London: UPNE.

Lábjegyzetek

48

KSH 2001-es népszámlálási adatok, lásd http://www.nepszamlalas.hu/hun/kotetek/12/12_1_osszef.pdf (utolsó letöltés: 2009. április 13.).

49

A MATESZ 2008. III. negyedévi adatait vettem alapul.

50

MÚOSZ etikai kódex: „3.1.8. Fokozottan ügyelni kell valamennyi újságírói műfaj esetében a bármilyen betegségben szenvedő védelmére, jogaira.”

51

Részlet a balatonszemesi nyaralótulajdonosok által 2008. augusztus 6-án írt levélből.

52

Idézet Hajdú Tibortól a 2009. február 27-én készített interjúból.

53

Idézet Hajdú Tibortól a 2009. február 27-én készített interjúból.

54

Az, hogy mind a négy nevet ugyanaz a kézírás írta alá, számomra arra a gyanúra ad okot, hogy az egyik szülő házastársa és gyermekei véleményét is képviselte. Ez az észrevétel magával vonja azt, hogy elmaradt az aláírások hitelességének és az aláírók jogi cselekvőképességének vizsgálata.

55

Idézet Takács Józseftől a 2009. február 17-én készített interjúból.

56

1998. évi XXVI. törvény a fogyatékos személyek jogairól és esélyegyenlőségük biztosításáról, 5-11. §, lásd http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99800026.TV&kif=orsz%E1gos+fogyat%E9kos%FCgyi+tan%E1cs#xcel (utolsó letöltés: 2009. április 14.).

57

Idézet Kézdi Gabriellától, a levél egyik aláírójától.

58

Ennek oka az, hogy az üdülőt eladta a tulajdonos cég, a Match.

59

Az ORTT-felmérés elemzése itt olvasható: http://www.ortt.hu/elemezsek/20/1149622792fogyatekosok_20030417.pdf (utolsó letöltés: 2009. április 24.).

60

Az adás itt tekinthető meg: http://tv2.hu/Videok/2008-08-12-irritaltak_a_szomszedokat_a_fogyatekosok_nyari_taboranak_lakoi (utolsó letöltés: 2009. április 27.).

61

Az adás itt tekinthető meg: http://tv2.hu/Nyitoldal/Musoraink/Mokka/Cikkek/2008-08-21-kozszemeremsertessel_vadoljak_a_fogyatekkal_elo_nyarialokat (utolsó letöltés: 2009. április 27.).

62

A Párbeszéd a médiáról 3. – Esélyegyenlőség az információhoz jutásban – a sérültséggel élők és a médiaszolgáltatások című konferencia előadásai külön AKTI-füzetben nem jelentek meg, kéziratban a szerzőnél megtalálhatók.

63

Erre a levél aláírója beszélgetésünk során többszöri is hivatkozott: „De mondom, amikor a szituáció kirobbant ennél az egy csoportnál volt. Se előtte, se utána.”

64

A Független Hírügynökség által készített riportot szinte változatlan formában augusztus 13-án a kisebb nézettségű Magyar ATV is sugározta.

65

1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról, 23§ (4) d), lásd <http://www.hullamvadasz.hu/ftpterulet/jog/torveny/mediatv.html> (utolsó letöltés: 2009. április 30.).

66

Ez pontosan 234 962 példányt jelent. A 2008. III. negyedévi adatok itt tekinthetők meg: http://www.matesz.hu/data/#mainpart_9 (utolsó letöltés: 2009. április 30.).

67

Sz. n.: Vita a strandon. *Blikk*, XV. évfolyam 222. szám, 2008. augusztus 14. 8. o.

68

Sz. n.: Elkerítenék a fogyatékosokat. *Bors*, IX. évf., 2008. augusztus 14. 8. o.

69

G. Juhász Judit: Elkülönítenék a sérült nyaralókat. *Magyar Nemzet*, LXXI. évfolyam, 222. szám, 2008. VIII. 14. 17. o.

70

Török Tünde & Matalin Dóra: Fogyatékos tolerancia. *Népszabadság*, LXVI. évfolyam, 191/2. szám, 2008. VIII. 15. 5. o.

71

Lásd <http://www.unioscsatlakozas.hu/onkval2002/so02/onktjk1/tjk01014.htm> (utolsó letöltés: 2009. március 6.).

72

A közlemény a párt honlapján már nem található, de az alábbi címen a korábbi szöveg szinte változatlan formában elérhető: <http://www.orientpress.hu/portal.php?ReszletesHir=1&HirID=33848&Tema=&Tar=&Keresesben=&Szoveg=&Altema=&Start=> (Hálózati közlés. Utolsó letöltés: 2009. május 2.).

73

Kossuth Rádió, „Kronika”, 2008. augusztus 13.

74

Lásd http://www.sonline.hu/cikk_hozzaszolas/166546?p=6 (utolsó letöltés: 2009. április 19.).



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](#)

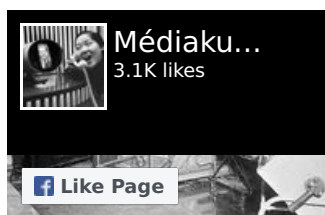
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2009 ősz

Testek

[Zsély Anna:](#)

Addikciók a médiában

A drogfogyasztók és a szerhasználat médiareprezentációjának változása 1998 és 2008 között

Tíz év alatt plurálisabbá vált a magyarországi nyomtatott sajtó drogrepresentációja, ám bizonyos sztereotípiák és mítoszok ma is makacsul tartják magukat. Elemzésemben azt vizsgálom, hogy a napjainkban is tetten érhető torzítások és az ábrázolásban történt változások alapján milyen irányba tart a sajtó a szerhasználókról és a drogról közvetített képet illetően.

1. Bevezetés

A politikai napirenden az 1990-es évek óta jelen van a kábítószerkérdés, 2009-ben készítik elő a második, 2010-től esedékes nemzeti drogstratégiát. A magyar társadalomban a drogprobléma megjelenésétől szélsőségesen negatív attitűd él a drogfogyasztókkal szemben, amely hozzáállás azonban hátrányosan érinti a drogprobléma hatékony kezelését, nagyban nehezíti és stigmatizálja az ártalomcsökkentést és a rehabilitációt (Elekes et al., 2005). Mivel a média által közvetített kép a társadalmi gondolkodás nyersanyaga, ugyanakkor a közlések visszatükrözik a jelenséggel kapcsolatos hatalmi és közállapotok milyenségét is, a médiaközlések nagyon fontosak a különböző jelenségek – így a drogjelenség – megértésében is (Paksi, 2000: 70). Egy pontos, árnyalt, torzításoktól mentes drogkép közvetítése segíthet pozitív irányba terelni a nagyfokú intoleranciát, és elősegítheti a drogprobléma megfelelő kezelését is.

Felmerül a kérdés, hogy a magyarországi médiának milyen a drog- és drogfogyasztó-képe. Írásom tárgya a nyomtatott sajtó drogrepresentációja, amelynek bemutatásához az 1999-es és a 2008-as évek cikkeit elemeztem. Elsősorban az érdekelt, hogy a droghasználatot mint deviáns jelenséget jellemzően milyen jelentésmezőben mutatják és ezzel milyen sztereotípiákat, mítoszokat erősítenek meg, illetve tíz év alatt miként változtak ezek az ábrázolások. Feltételeztem, hogy plurálisabb irányba mozdultak el, ezért a változás mögött álló lehetséges okok is foglalkoztattak.

Napjaink drogtematikájú cikkeit a tíz évvel ezelőtti megjelenésekkel már önmagában is tanulságos lehet összevetni, ám a vizsgálatnak további aktualitást ad, hogy a 2000-ben elfogadott első hazai drogstratégiai program 2009. évi dátummal határozza meg célkitűzéseit, amelyek eléréséhez a médiát is fontos prevenciószíntérként jelölte meg.

2. A média szerepe a drogokkal kapcsolatos attitűd- és véleményformálásban

A deviáns jelenségekkel kapcsolatban rendszeresen megjelenik a morális pánik fogalma, amely klasszikus értelmében arra a viselkedésre utal, ahogyan az emberek többsége az ilyen jelenségek médiareprezentációjára reagál. A kifejezést Jock Young használta először 1971-ben, majd részletesen Stanley Cohen dolgozta ki az elméletet 1972-ben. Talán nem meglepő, hogy Young először a drogokkal kapcsolatban alkalmazta a kifejezést, miután a drogszedés növekedését mutató statisztikákra morális pánikkal reagált a közvélemény, és a rendőrség indokolatlanul sok személyt tartóztatott le a drogokkal kapcsolatos ügyekben (Császi, 2000).

Erich Goode és Nathan Ben-Yehuda (1994) a morális pánikok öt fontos kritériumát sorolta fel; ezek alapján a drogosok tökéletesen alkalmasak a mumusszerepre. Az *érintettséget* illetően a közvéleményt, a törvényhozókat és a médiát időről időre foglalkoztatja a drogkérdés, az *ellenségességet* és a *konszenzust* pedig egyértelműen jelzik a különböző attitűdvizsgálatok eredményei (Elekes et al, 2005). A valódi veszély aránytalan *túlreagálásával* máig találkozhatunk, a drogkérdés által generált morális pánikok pedig rendszeresen felbukkannak a társadalomban és rendszerint az előző hullámra építkeznek, tehát eleget tesznek a *változékonyság* kritériumának is.

A modern társadalmakra jellemző emocionális zavarodottság és elidegenedés jó táptalajt nyújt a morális pánikok

kétségbeesett erkölcsi értékvédelmének. Ugyanakkor ma már a morális pánik – mint a nyilvánosság előzetes várakozásaira építő, intézményesített válasz – lett az egyik módja annak, ahogy a mindennapi eseményekre felhívják a közönség figyelmét. Standardizálódott és a kivételes, rendkívüli helyzetekre adott vészbeavatkozás helyett ma már inkább a retorika része, egyfajta kommunikációs gyakorlat.

Császi Lajos (2000) mutat rá arra, hogy a közügyek elszemélytelenedése és intézményesülése miatt különösen megnőtt a jelentősége annak, hogy a média összekötő kapocsként szolgáljon a közönség számára. Young (1974) is hangsúlyozza a tömegtájékoztatás által talált képek elsődleges fontosságát, előtérbe állítva a *konszenzus* fogalmát. A média hat a közvélekedésre, ugyanakkor törekszik arra is, hogy illeszkedjen a közmegegyezés premisszához, és így hozzájáruljon a konszenzuális világ szavahihetőségének fenntartásához. Young azt állítja, hogy a média hatalma nem a véleményalkotásra gyakorolt közvetlen hatásában áll, hanem abban, hogy konszenzust teremt arról, hogy létezik egy konszenzus (Young, 1974: 256). Tehát a közvetített véleményekkel és modellekkel újra megerősíti a közmegegyezésben élő képeket. A tömegtájékoztatás kulcsszavai a szerző szerint az *atipikus* esemény *sztereotip* bemutatása egy túlon túl *tipikus* háttérhez viszonyítva. A droghasználat mint deviáns viselkedésforma itt is könnyen alkalmazkodik a „recepthez”. A társadalmi valóságról alkotott közmegegyezést a drogfogyasztó áthágja, és a közmegegyezés premisszáinak megfelelően, a sztereotipikusan torzított deviáns drogos képét szembeállítják a tipikus „utca emberével”.

3. A drogokkal kapcsolatos közvélekedés Magyarországon

Még az ezredforduló után is igen erőteljesnek mondható a magyar társadalom negatív attitűdje a drogfogyasztókkal szemben: a felmérések szerint a felnőtt lakosság 80–90 százaléka nem tolerálja a velük való érintkezést, a tartósabb kapcsolatba kerülés lehetőségét, az utóbbi évek során pedig csupán minimális elmozdulás volt tapasztalható tolerancia terén (Elekes et al., 2005: 4). A drogfogyasztók önmagukban is nemkívánatos személyek az átlagember szemében, de további problémát jelenthet, hogy a drogozást ürügyként használva alkalom nyílna egyes társadalmi csoportok, rétegek tagjait morálisan elítélni, betegnek vagy bűnözőnek minősíteni (Rácz, 2001). A magyar felnőtt lakosság körülbelül tíz százaléka kísérletezett illegális drogokkal életében, az embereknek tehát nem annyira saját tapasztalataikon alapulnak ismereteik, inkább a média és a közvélekedés alakítja gondolkodásukat (Takács, 2006).

A magyar lakosság drogképeire jellemző a szerek közötti különbségek összemosása, a differenciálatlan drogkép. Jól mutatja ezt, hogy míg a magyar férfiak 67, a nők 75 százaléka gondolja nagyon veszélyesnek a marihuána kipróbálását, Finnországban ez az arány csak 33, illetve 42 százalék (Elekes et al., 2005). A magyar értékek inkább hasonlítanak más országok heroinfogyasztással kapcsolatos értékeire. A függőséget sok esetben említik a drogfogyasztás negatívumai között, de többnyire nem definiálják, pontosan mit is értenek a kifejezésen. Emellett a szerhasználat következményeként a vélemények között megjelennek az anyagi problémák, illetve ezzel összefüggésben a bűnözés, a drogfogyasztó agresszivitása, valamint a drogprobléma más devianciákkal való együtt járása. Ezeket a veszélyeket azonban a többség nem vagy nehezen konkretizálja, és hajlamos tartalom nélkül társítani a szerfajtákhoz és/vagy fogyasztási gyakoriságokhoz. A szerhasználatot illetően érzékelnek különbségeket a kipróbálás, az alkalmi és a rendszeres drogfogyasztás között, ám sok esetben problematikus a különböző fogyasztói magatartások közötti határok meghúzése. A kutatók számára is nehezen értelmezhető ellentmondás, hogy a negatív attitűd ellenére a drogfüggőket a hazai lakosság mintegy kétharmada inkább betegnek tekinti, nem bűnözőnek. A drogfüggők ekkora arányú dekriminalizáló megítélése nemcsak a fokozott veszélyészlelés és a nagyfokú kirekesztés tükrében kiemelkedő, hanem más európai országok kontextusában is magasnak mondható. A bűnözői sémához hasonlóan a betegsémára is jellemző, hogy fogyasztói magatartástól és más egyéni tényezőktől függetlenül húzzák rá a „drogosra”.

A leginkább a középkorúak és a kevéssé differenciált véleménnyel rendelkező, intoleránsabb személyekre jellemző, hogy a médiából hallott sztereotípiák alapján érzékelik a probléma jellegét. Ráadásul a tapasztalatok azt mutatják, hogy a drogjelenséggel kapcsolatban, a lakosságban meglévő sztereotípiákat a társadalmi kommunikáció vagy megerősíti vagy nem tudja felülmúlni. Emellett nem látszanak igazolódni azon feltevések, amelyek szerint a szélsőséges társadalmi hozzáállás visszatartó erejű lehet devianciák esetében, sőt gerjesztően hathat a magatartás előfordulásának növekedésére. Így a drogfogyasztás elterjedtsége is csak kis mértékben mutat összefüggést a lakosság kábítószerkről alkotott képével és véleményével (Elekes et al., 2005).

A lakosság negatív attitűdje hátrányosan érinti a drogprobléma hatékony kezelését, az ártalomcsökkentést és a rehabilitációt. Mivel a kirekesztő lakossági attitűd akadályozza ezeket a tevékenységeket, fennáll a veszély, hogy növekednek a drogfogyasztás egyéni és társadalmi kárai. Nem véletlen, hogy a nemzeti drogstratégiában is hangsúlyozzák a médiumok felelősségét, és kiemelik, hogy a médiaprogramok képesek lehetnek a probléma iránti fogékonyság növelésére, bizonyos témákban, megfelelő eszközök felhasználásával pedig preventív hatásuk is lehet.¹ Emiatt a kábítószerüggyel foglalkozó szakemberek úgy látják, a különböző médiumoknak komoly felelősségük van abban, hogy a közönség milyen véleményt alakít ki a drogról és a droghasználatról.

4. A drogfogyasztás ábrázolásának főbb sémái a magyar sajtóban

Bizonyos sémák a kezdetektől megfigyelhetők a magyar nyomtatott sajtó drogrepresentációjában, a témában eddig készült tanulmányok (Jelentés a magyarországi kábítószerhelyzetről, 2005; Kenyeres & Mészáros, 2005; Mészáros et al., 2007; Takács, 2006) eredményei pedig arra mutatnak, hogy bár történtek kisebb-nagyobb változások, az évek során végigkövették a drogfogyasztás és -fogyasztók megjelenítését, és több ponton lefedik a közvélekedésben élő drogképet és a szerhasználatról alkotott elképzeléseket.

Az elemzés során a magyar nyomtatott sajtóban fellelhető sémák mentén vizsgáltam, milyen változások történtek a

drogfogyasztás és a drogfogyasztók reprezentációjában. Ehhez a négy vezető politikai napilap – a Népszabadság, a Magyar Nemzet, a Népszava és a Magyar Hírlap – 1999-ben és 2008-ban megjelent magyar vonatkozású, drogtémájú cikkeit használtam fel, a véleményműfajok kizárásával.² Ezen szempontok alapján összesen 117 cikket vizsgáltam az adott időszakokból: 55-öt 1999-ből és 62-t 2008-ból (lásd az 1. táblázatot). Az írások tartalmi és műfaji megoszlását a 2. és a 3. táblázat mutatja. A tartalmat illetően a határok összemosódása miatt egy cikk több kategóriába is bekerülhetett.

1. táblázat: A vizsgált cikkek száma 1999-ben és 2008-ban

	1999	2008
Magyar Hírlap	13	15
Magyar Nemzet	16	24
Népszabadság	11	14
Népszava	15	10
Összesen	55	63

2. táblázat: A vizsgált cikkek műfaji megoszlása

	1999	Magyar Hírlap	Magyar Nemzet	Népszabadság	Népszava
rövidhír	5	8	6	7	
hír	5	4	3	5	
riport	2	3	1	2	
tudósítás	-	1	-	-	
interjú	1	-	1	1	

	2008	Magyar Hírlap	Magyar Nemzet	Népszabadság	Népszava
rövidhír	9	11	2	2	
hír	3	7	6	2	
riport	-	6	3	5	
tudósítás	-	-	1	1	
interjú	3	-	2	-	

3. táblázat: A vizsgált cikkek tartalmi megoszlása

	1999	Magyar Hírlap	Magyar Nemzet	Népszabadság	Népszava
informatív	4	13	6	4	
bűnügyi	7	3	4	8	
politikai	2	3	2	4	
bulvár	1	-	-	3	

	2008	Magyar Hírlap	Magyar Nemzet	Népszabadság	Népszava
informatív	2	8	5	6	
bűnügyi	9	8	3	2	
politikai	3	7	6	3	
bulvár	2	2	-	-	

Az eddigi elemzésekhez hasonlóan a kiindulási alapot az jelentette, hogy a különböző sajtótermékek milyen típusú utalásokat közöltek a kábítószer-problémáról, és milyen kontextusban jelenítették meg a drogot, a drogfogyasztókat és a drogozást. Relevánsnak tartottam a *drog/drogozás*, illetve *kábítószer/kábítószerzés* kifejezéseknek a cikkekben fellelhető jelentéstartalmának vizsgálatát is. Összefoglalva: elsősorban az érdekelt, hogy milyen fogalmi kereteket társítanak a napilapok a drogfogyasztáshoz, és ezzel milyen irányban befolyásolhatják az olvasók kábítószerhez kapcsolódó asszociációit.

4.1. A drogfogyasztás ábrázolása bűnügyi kontextusban

Az egyik leggyakoribb séma a drogfogyasztás bűnügyi kontextusban való szerepeltetése: a cikkekben főleg a bűnözéssel, a börtönnel, a maffiával kapcsolatos szövegek környezetben említik a kábítószerrel (Takács, 2006). A drogjelenség bűnügyi kontextusban történő felülreprezentáltsága torz alapot adhat az olvasók számára, így bűnözői képzettség alakulhat ki az egész drogprobléma iránt. Az 1999-es és a 2008-as év cikkeire egyaránt jellemző, hogy a leginkább a rövidhírekben fordultak elő kábítószeres bűncselekmények. A drog-bűnügyi vonal mentén kategorizálható, nem rövidhír jellegű írások fő témája mindkét vizsgált évben elsősorban a kábítószer-kereskedelem, a -csempészet és a dílerek letartóztatása volt.

Az 1999-es évben a Népszavánál volt a leginkább tapasztalható a bűnügyi kontextus felülreprezentáltsága, ahol nagyobb szabású, kábítószerrel kapcsolatos bűnügyeket („Magyar ópiumügy”, 1999. február 24.), lefoglalási adatokat („Folyamatosan növekszik a hazai drogfogyasztás”, 1999. január 8.) és drogkereskedelmet („A

heroinútvonal a zöld határra visz”, 1999. január 27.) tárgyaltak a nagyobb cikkek. A bűnügyi kontextusban elsősorban a kábítószercsempészek és a drogdíleretek testesítik meg a bűn forrását, de az egyszerű kábítószerhasználó közönséges bűnözőként való szerepeltetése is előfordul, annak ellenére, hogy az inkriminált szerek fogyasztásán kívül nem hág át jogszabályt.

Az 1999-es cikkekben stabil pont a rendőri, igazságszolgáltatatói vélemény, akár olyan témában is, amelyben nem feltétlenül szükséges a szerepeltetése. Akár olyan témakörök esetén is megszólalnak, amelyeknek látszólag nincs köze a rendőrökhöz, például prevenció kapcsán („Védekeznek a társadalom a drog ellen”, Magyar Nemzet, 1999. január 14.). Ennek oka az lehet, hogy az 1990-es évek végén a kevés létező prevenció program közül a legismertebbet, a D.A.D.A.-programot a rendőrség működtette. Noha a kábítószerkérdésben nem kerülhet meg a büntetőjogi oldal, annak indokolatlan megszólaltatása alkalmas arra, hogy stigmatizáljon. A droggjelenség bűnügyi kontextusban való felülreprezentáltsága és a rendőrség hatáskörébe való utalása azt a nézetet erősíti, hogy a drogfogyasztás minden esetben társadalmilag káros, veszélyes és deviáns magatartásforma.

2008-ban már megfigyelhető dekriminalizáló hozzáállás erősödése a drogfogyasztó személyét illetően: „... mindenkinek meg kell tanulnia: a drogos is ember, csak nagy bajban van”.³ Bár a kábítószerest inkább áldozatként ábrázolják, mintsem bűnözőként, olykor még visszaköszön az amorális, akarategyenge, erkölcsileg deficites kábítószeres alakja, aki szinte bármire képes a szerért. Még mindig voltak olyan közlések, amelyek a klasszikus kábítószeres bűnöző alakját vetítették elő: „[A heroinista] a lopástól sem riad vissza, otthonról elvisznek minden mozdítható tárgyat, emellett buszon, villamoson, vasúti pályaudvarokon is dolgoznak.”⁴ A heroinisták vagy más szerhasználók ilyen bemutatása szerencsére kisebbség számba ment, és úgy tűnik, a fogyasztói magatartások differenciálása (lásd később) is segít lerombolni a sztereotip drogos bűnöző képét.

4.2. A szerhasználat veszélyeinek és tragikus következményeinek bemutatása

A bűnügyi kontextushoz hasonlóan jellemző séma a tragikus következmények hangsúlyozása és a kábítószerrel összefüggő halálesetekről szóló szenzációközpontú beszámoló. A drogfogyasztással összefüggő néhány extrém eset gyakran szerepel általánosságként, így lehetővé válik, hogy a nem rendhagyó eseteknek is magasabb a hírértéke.

A droggjelenséget az 1980-as évekbeli kezdetektől végigkísérte a túldrámizáló, szenzációhajhász tálalásmód (Rácz, 1990; Paksi, 1994). Ez megfigyelhető még 1999-ben is, a cikkek drámai hangulatát pedig az is erősíthette, hogy az év elején magasabb volt a halálos heroin-túladagolások száma, mint más időszakban, és több olyan felmérés is született, amely a droghasználat növekedő tendenciáira mutatott rá. Emiatt az 1999-es évben a sajtóban kifejezetten népszerű volt a droggjelenség pandémiakénti ábrázolása, mint amely „napjainkban is szinte járványként terjed”.⁵ A főcímek esetében gyakori volt a számok és statisztikák kiemelése, ami szintén a drogfogyasztás járványszerű mivoltát erősítette: „Ötször több a kábítószeres halott” (Magyar Hírlap, 1999. január 5.), „Egyre több a droghalál” (Magyar Nemzet, 1999. április 3.). Már a címek esetén megfigyelhető az a tendencia, hogy a drogfogyasztás veszélyeinek hangsúlyozása során általában passzív szerepet kap maga a szerhasználó, és a drog az aktív ágens (Rácz, 2005). A statisztikákra épülő cikkek szintén az áldozat passzivitását erősítik. A drogfogyasztó egy adat szintjére redukálódik, ami az elidegenítő hatást erősíti a problémával szemben. Jellemző, hogy a drogfogyasztó sorsában egyfajta determinizmus is megmutatkozott a cikkekben leírtak alapján. A következmények szinte minden esetben tragikusak és végzetesek, a megoldási lehetőség és a kiút ritkán jelenik meg. A kábítószer-használók életútja előre meghatározott és „szinte valamennyien halálra ítéltként élnek közöttünk”.⁶ A drogfogyasztás következtében elhunytak esetén gyakori a gyötrelmes kínok hangsúlyozása: „Gyakran előfordul, hogy az áldozat *iszonyatos* lázgörcsben hal meg.”⁷

A 2008-as cikkekben már némileg visszaszorul a drogfogyasztás következményeit demonizáló, drámai hangnem, de továbbra is megfigyelhető a drog aktív szerepe, különösen a 2008. augusztusi túladagolások reprezentációjánál: „Újra gyilkolt a kábítószer” (Magyar Hírlap, 2008. augusztus 6.), „A gyilkos drog visszatért” (Népszabadság, 2008. augusztus 11.), „Elszabadultak a kábítószeresek” (Népszabadság, 2008. augusztus 11.). Mindemellett a droggjelenség ábrázolását végigkísérő sémák terén az egyik legjelentősebb változás a kilátástalanságot sugalló hangnem visszaszorulása. A 2008-as cikkek a drogokkal összefüggő társadalmi problémák mellett már nagy arányban foglalkoznak azok esetleges megoldási lehetőségeivel is: „Szemléletváltásra van szükség: a teljes – és reménytelen – tiltás helyett az ártalomcsökkentésre kellene koncentrálni.”⁸

A kábítószerfüggők kezelésével kapcsolatban a lapok rendszeresen megemlítik az ártalomcsökkentés jelentőségét, a cikkekben szó esik a metadon-programról („Nem támogatni, de okosabban túrni”, Népszabadság, 2008. augusztus 13.) vagy a szúrósobákról („Külföldön vannak »belővőszobák«”, Népszava, 2008. augusztus 7.). A terápiás intervenció mellett a droggügyi törvények és a szabályozás kérdéseit is érintik a cikkek a droggjelenség kezelésével kapcsolatban („Eltűnő addiktológiai ellátás”, Magyar Nemzet, 2008. augusztus 7.)

A tragikus következmények bemutatását illetően külön kitérőt érdemel a legális drogok – így az alkohol, a cigaretta vagy a nyugtatók – alulreprezentáltsága. A drogos halálesetek túlnyomórészt akkor szerepelnek a médiában, ha illegális szerfogyasztás okozta a halált, különösen, ha ez extrém módon történt. Legális drogok okozta haláleseteknél gyakorlatilag csak az extrém körülményeknek van hírértéke. A médiareprezentációkhoz képest meglehetősen aránytalanságot fedezünk fel a tényleges halálozási statisztikákban a szerfogyasztást illetően. Magyarországon az illegális szerek fogyasztása évente körülbelül 35–50 életet követel, míg alkoholos májzsugorban körülbelül 5 000 fő hal meg egy évben (Rácz, 2004). A médiában mégis az előbbinek van hírértéke a drogok világában is érvényesülő etnocentrizmusnak köszönhetően (Kenyeres, Mészáros, 2005), azaz mivel a legális szerek a társadalomba kulturálisan beágyazódtak, elfogadottabbá váltak – holott az országban több alkoholist is van, mint heroinistát.

Pozitívum, hogy már 1999-ben akadt példa a legális szerek okozta veszélyek említésére a Népszabadságban és a Magyar Nemzetben is. Az utóbbi „Léteznek-e kiút a szenvedélybetegségekből?” című összeállítása abból a szempontból is előre mutat, hogy az alkoholfogyasztás és a dohányzás mellett megemlíti a játékszenvedélyt, a munkafüggőséget és a táplálkozási zavarokat is, így felhívják a figyelmet az akkoriban nem túl ismert viselkedéses addikciókra is.

Közel tíz évvel később, 2008-ban az ilyen szenvedélybetegségek kezdenek beépülni a köztudatba, és a sajtó is jóval többet foglalkozik a témával – elsősorban a játékszenvedéllyel. 2008-ban a legális szerek is fokozottan az újságírók fókuszába kerültek. Nemcsak az abúzus veszélyeire hívták fel a figyelmet az alkohol, a vényköteles opioid fájdalomcsillapítók vagy a szerves oldószerek esetében, hanem olykor az illegális szerek viszonylatában is kiemelték, hogy „többet halnak meg legális drogoktól, mint tiltott kábítószerektől”.⁹

4.3. A szerek differenciáltságának mértéke

Az egyes drogfajták médiareprezentációját a kezdetektől végigkísérik olyan tévedések és mítoszok, amelyek a már említett, a közvélekedésben élő differenciálatlan és egysíkú drogpépet tükrözik vissza.

Az 1999-ben megjelent cikkek nagy többségére egyáltalán nem jellemző a különböző drogtípusok közötti különbségtétel – a fogalmak körüli zavar és azok következtelen, téves használata viszont annál inkább. A differenciálatlanság a leginkább úgy mutatkozik meg, hogy hatásukban és felhasználási kultúrájukban jelentősen különböző drogot mosnak össze, ahogy tipikus az összes illegális szer összegyűrése is egyetlen, magas kockázatú szerré. Így olvadnak össze az olyan eltérő hatású szerek, mint a stimuláns kokain és a hallucinogén LSD, és lesz belőlük a „kábitószer”.¹⁰ Így az egyes szerek helyett rendszeresen „kábitószerekről” van szó a cikkekben, amelyek mindig nagyon veszélyesek és halálosak: „A különböző fajta kábítószert tartalmazó anyagoknak, illetve a tiszta drognak mindössze egyetlen közös tulajdonsága van: mindegyikük – előbb vagy utóbb – halált okoz!”¹¹

A differenciálás legfeljebb az egyes szerek önkényes összehasonlítására és hatásai szerinti rangsorra korlátozódik. A heroin, mint a legsátánibb kábítószert-motívum, gyakran előjön, ha már valamilyen szinten differenciál a szerző, ez kerül a droghierarchia csúcsára mint „a személyiséget és az egészséget leginkább károsító kemény drog”.¹² A heroinig vezető út alján törvénytörően a *lágabb* kábítószerek állnak (például a marihuána), sőt a legális drogok: „...a dohányzást a kábítószert-használók életformájába való bevezetésnek *kell* tekinteni”.¹³

Nemcsak a kemény drogot tüntetik fel veszélyesként: a kapudrog-elmélet (amely szerint az enyhébb kábítószerek – így a fizikai függőséget nem okozó marihuána – használata kemény drogot, mint a heroin vagy kokain használatához vezet) máig erősen tartja magát a sajtóban. Igaz, hogy a marihuána fogyasztása tipikusan előbb történik, mint más illegális szeré, de arra, hogy a farmakológiai hatásai miatt automatikusan „keményebb” pszichoaktív szerek használatához vezetne, nincs bizonyíték (Joy et al., 1999).

A 2008-as cikkekben már jobban megfigyelhető a szerek közötti differenciálás, de rendszeresen előfordulnak általánosítások és tévedések. Még tavaly is akadt olyan cikk, amelyben tévesen azt írták, hogy a heroin azonnali függőséget okoz („Bandaháború a heroinhalálok mögött?”, Népszava, 2008. március 5.) vagy amelyben felcserélték a GBL nevű, iparban használatos anyagot a GHB nevű kábítószerttel („Diszkópartik az aranyháromszögben”, Népszabadság, 2008. augusztus 14.). Mindent összevetve azonban a média – és a közvélekedés – valamilyen mértékben megtanulta a különböző szertípusok sematikus jellemzőit, emiatt viszont szükség van valamilyen rendhagyó pluszra a hírérték fokozásának érdekében. Így új, népszerű motívum az *új drog*. Az új drog többnyire egy már régóta ismert vegyület visszaélészerű használatát jelenti, amelynek újdonságát pusztán az adja, hogy eltér a széles körben ismert szertípusoktól, így egyfajta egzotikumot visz a „megszokott” drogot világába. A kevésbé ismert szerek újrafelfedezése alkalmas lehet ennek megteremtésére. Ilyen a fenilefrin új diszkódrogként való beharangozása a Magyar Hírlapban: „A szórakozóhelyeken újfajta, fenilefrin alapú kábítószert terjedt el. A legújabb partidrog bevezéréseket és magas vérnyomást okoz”.¹⁴ A fenilefrin elsősorban a nátha és az allergia tüneteinek enyhítésére szolgáló gyógyszerekben található meg. A „veszélyes drog”-konnotációt valószínűleg az idézhette elő, hogy a hasonló hatású pseudo-efedrint széles körben használják metamfetamin előállításához. Az új drog motívuma gyakran kiegészül azzal, hogy a szert hatások tekintetében különböző hatóanyagú és hatásmechanizmusú kábítószerekkel mérik össze, az új drog veszélyességét hangsúlyozandó. Ez ráadásul többnyire a mennyiségre vonatkozó adatok mellőzésével történik, így az eredmény megtévesztő. Ez a nehezen interpretálható viszonyítgatás a Magyar Hírlap cikkében is feltűnik: „a fenilefrin közepes drognak számít”.

A drogot terén élő etnocentrizmus szintén jól felhasználható az újdonságban rejlő hírérték kiaknázására. Erre jó példa a Magyar Nemzet „Újfajta kábítószert találtak a vámosok” című híradása, amelyben nagyobb khatfogásról számolnak be.¹⁵ Mint az a cikkből is kiderül, a pszichotróp növényt már évezredek óta ismerik például az Arab Emírségekben vagy Szudánban – tehát csak a magyaroknak vagy európaiaknak ismeretlen és idegen. Ez viszont elég is ahhoz, hogy új kábítószerről cikkezzenek.

4.4. Szerhasználókkal kapcsolatos sémák

A szerhasználók bemutatásánál is megjelenik a közgondolkodásban elterjedt előítéletek kiterjesztése a különböző kockázatú illegális szerek eltérő szerhasználati szokásokkal rendelkező fogyasztóira.¹⁶ Így az 1999-es cikkekben sokszor nem definiálják, milyen szer fogyasztóiról van szó, mint ahogy azt sem, milyen mintázatokat követ a fogyasztás, és szó van-e abúzusról vagy dependenciáról. Nem jellemző a kipróbáló, az alkalmi, a rendszeres és a problémás használó szétválasztása, a kábítószereknek legtöbbször csak problémás használata létezhet (Takács, 2006). „A tanárok szerint egyre több a drogos diák” (Magyar Hírlap, 1999. január 21.) cím esetén például nem

egyértelmű, mi a „drogos” megfelelő interpretációja, és ez a cikkből sem derül ki. Több diák próbálja ki a drogokat, nőtt az alkalmi fogyasztók száma a körökben, vagy esetleg drogfüggő tanulókból lett több? Mivel a különböző típusú droghasználók nem különülnek el egymástól kellő mértékben, minden droghasználó a *drogos* kategóriába kerül, így stigmatizálódik. Visszatérő szerkezet a *kábítószer-élvező*, de ez nem mond semmit a fogyasztás gyakoriságáról és mintázatairól: „A kábítószer-élvezők száma – szó szerint – napról napra nő Magyarországon.”¹⁷

2008-ra elterjedtebb lett a fogyasztói kategóriák tudatosabb használata. A cikkekben már gyakrabban pontosítanak a szerzők, és a *drogos* jelző helyett árnyaltabb képet nyújtanak szerhasználókról: például rendszeres amfetamin-fogyasztókról („Drogpiaci robbanás várható hazánkban”, Magyar Nemzet, 2008. augusztus 22.) vagy aktív heroinistákról („Józan drogpolitikát!”, Népszabadság, 2008. június 18.) esik szó. A leegyszerűsített *kábítószeres* címke főként a címekben és a leadekben maradt meg. Az ilyen jellegű egyszerűsítés nyilvánvalóan megkönnyíti a cikk témájának beazonosítását, de mivel az ilyen megfogalmazás alapvetően még mindig a lecsúszott, bűnöző junkie-val kapcsolatos konnotációkat ébreszt a többségben, a figyelemfelkeltés mellett számolni kell a negatív attitűd erősítésével is.

A 2008-as sajtót vizsgálva feltűnik, hogy továbbra is ritkaságszámba megy a problémamentes drogfogyasztó reprezentálása, ahogy a kontrollált használatot sem mutatják be, vagy ha igen, szkeptikusan állnak annak létezéséhez.¹⁸ Nem véletlen, hogy a közbeszédben máig keveset foglalkoznak ezzel a konfliktusos területtel, hiszen a kábítószeres ellenzése és tiltása mögött az az elsődleges érv, hogy a szerhasználat minden esetben negatív hatású az egyénre és a társadalomra. Ahogy Norman Zinberg rámutat:

„A legtöbb drogkutatót erősen befolyásolta az a moralizáló nézet, hogy [...] minden drogfogyasztás rossz, óhatatlanul káros, pszichológiailag vagy fiziológiailag addiktív, és hogy az egyetlen alternatíva a teljes tartózkodás” (Zinberg, 2005: 25–26).

4.5. A drogfogyasztásban érintettek megszólalásai

A médiumok drogképét befolyásolhatja az is, hogy milyen fórumokon milyen szereplők jelennek meg, például ki kezdeményez egy adott témát. Így az is befolyásolhatja egy cikk üzenetét, hogy kiket szólaltat meg az újságíró (Mészáros et al., 2007). A cikkek többségében ritkán fejt ki a véleményét maga a drogos, ami a drogfogyasztóktól való eltávolítást erősíti. Magáról a szerhasználóról/szerhasználótól ritkán kapunk közvetlen információt, a cikkekben elsősorban olyan személyeket szólaltatnak meg, akik csak közvetett kapcsolatban állnak a drogfogyasztókkal. A passzív ábrázolásmód cselekvésképtelenséget sugallhat, a szerhasználókat pedig amúgy is gyakran kapcsolják össze a teljes kontrollhiánnyal. Minél többször aktív egy személy – vagyis minél gyakrabban nyilatkozik személyesen –, annál inkább tűnik a társadalom aktív tagjának (Kenyeres et al., 2005). A problémával csak közvetve foglalkozók gyakori szerepeltetése felveti a hatalmi pozíciók leképezésének kérdését. A hírgyártás szakmai szabályai szerint a média olyan hiteles forrásokra szorul, mint az érdekvédelmi szervezetek, a rendőrség, a pártok vagy a társadalmi mozgalmak, amelyek hatalmuknál és reprezentatív státusuknál fogva számítanak mérvadónak. Miután a média terepet kínál meghatározásaiknak, ezen intézményeknek módjukban áll érdekeiknek megfelelően újratermelni a társadalom hatalmi viszonyait (Kitzinger, 2000).

Az 1999-es év sajtómegjelenéseiben egyértelműen a rendőrség és az igazságszolgáltatás dominanciája figyelhető meg a cikkek megszólalók szerinti elemzése során. Szinte minden cikkben megjelennek – ahogy korábban már említettem, olykor indokolatlanul is –, sokszor ők az egyedüli megkérdezettek. A gyakori szerepeltetésnek köszönhetően ezek a szervek meghatározásaikkal hozzá tudnak járulni a társadalomban lévő hatalmi viszonyok újratermeléséhez. Ez a folyamat tapasztalható az 1999-es írásokban a politikusok idézésével kapcsolatban is, akik azt a frissen elfogadott drogtörvényt legitimálják nyilatkozataikkal, amely akkoriban Európa legszigorúbb drogtörvényének számított.

Szakértőket, orvosokat nem annyira a konkrét, a drogfogyasztókat közvetlenül érintő történések – például haláleset, terápiás intervenció – miatt, mint inkább elméleti kérdésekben kérdezték meg, így felmérések esetén, prevenciós programokkal kapcsolatban vagy a készülő nemzeti drogstratégia témájában. Maguk a drogfogyasztók nem hallatják a hangjukat a cikkben, leszokott függők viszont ritkán, de nyilatkoznak.

2008-ra jelentősen visszaszorult a rendőri megszólalások túlsúlya, és előtérbe kerültek a szakértői (addiktológus, pszichológus, toxikológus) vélemények. Jól mutatja a változást a 2008 augusztusában történt heroin-túladagolásos halálesetek feldolgozása. Míg az 1999 elején történt túladagolási hullámot tárgyaló írásokban jellemzően csak rendőröket kérdeztek meg, addig a 2008-as esetek kapcsán már a szakértői réteg megszólalásai domináltak. Szerepeltetésük hitelesebbé teszi a cikkeket és így az egyes sajtótermékeket, valamint szélesíti az olvasók látókörét, tudását, ami elősegíti a differenciált véleményalkotást. A szakértők mellett nagyobb arányban fordul elő droghasználók vagy egykori szenvedélybetegek szerepeltetése is.

5. Következtetések

A cikkek elemzése alapján úgy tűnik, 2008-ban jóval plurálisabb képet közvetített a média a drogokról és a drogfogyasztókról, mint tíz évvel korábban. Jellemzőbb a különböző szertípusok és fogyasztói magatartások közötti különbségtétel, a széles körű, hiteles szakértői réteg gyakoribb megszólaltatása, a megoldási lehetőségek számbavétele, különös tekintettel az ártalomcsökkentés szerepére. Megszólalnak a szerhasználók is, és nagyobb arányban esik szó a legális szerek, illetve a viselkedéses addikciók szerepéről. Bár bizonyos mítoszok és tévedések továbbra is előfordulnak – főként a drogtípusok és drogfogyasztói mintázatok terén jellemző még ma is a differenciálatlanság –, összességében elmondható, hogy a nyomtatott sajtó pontosabb, hitelesebb reprezentációhoz közelített.

A változások hátterében három fő ok állhat: az újságírói attitűdök változása, a szerhasználók megnövekedett kontrollja saját reprezentációjuk felett és az érdekvédelmi szervezetek ezeket támogató munkája.

5.1. Az újságírói attitűdök változása

Münnich Iván és Kó József (2005) vizsgálta a magyar médiaszereplők drogokkal kapcsolatos attitűdjét. A kutatók abból indultak ki, hogy a médiában bemutatott anyagok nem függetlenek a készítőik attitűdrendszerétől, ezért az üzenetek magukon viselhetik a médiaszereplők drogokkal kapcsolatos nézeteit, ami befolyásolja a tájékoztatás milyenségét és így a közönség drogról alkotott képét is.

Sok esetben találtak alapvető tájékozatlansággal. A megkérdezettek csupán harmada tekinthető jól tájékozottnak, vagyis ismert legalább három kábítószer és azok szerhasználati módjait. Ez a csoport differenciál az egyes drogtípusok között, és nagyjából tisztában van azok hatásmechanizmusával, illetve a szerhasználat következményeivel. A többség azonban csak egy-két drogot tud megnevezni, nem differenciál, és nem ismerik a fogyasztási szokásokat. A felmérésben résztvevők 11 százaléka bizonyult teljesen tájékozatlannak drogz kérdésekben.

A kevésbé tájékozottak jellemzően veszélyesebbnek tartják a droghasználatot, mint a pontosabb ismeretekkel rendelkezők, ez a kutatásban is érzékelhető volt. A médiában dolgozók 36 százaléka tett különbséget a különböző drogok között veszélyességüket illetően, míg közel 60 százalékuk tekintette a drogfogyasztást minden esetben veszélyesnek.

Az életkor fontos tényezőnek tűnik a médiában dolgozók drogokkal kapcsolatos attitűdjének vonatkozásában. A fiatalabbak – különösen a 30 év alatti korosztály tagjai – jóval tájékozottabbak, több ismerettel és differenciáltabb képpel rendelkeznek. A legkevésbé az idősebbek tájékozottak: több 60 év körüli újságíró vallotta be, hogy nem ismert a heroinon kívül más drogot, és bár később kiderült, hogy a marihuánáról is hallott, nem tudott különbséget tenni a két drog között.

A fiatalok tájékozottságát több tényező is indokolhatja. Olyan időszakban nőttek fel, amikor egyre több információ volt hozzáférhető a drogról,¹⁹ és csökkent a túlmisztifikálás mértéke is. A most húszas éveiben járó generáció tagjai már különböző drogprevenciós programokon vehettek részt iskolai kereteken belül, és ha maga a prevenció akkoriban nem is a leghatékonyabb módszerekkel zajlott, alapvető információkat sajátíthattak el a foglalkozásokon. Valószínű, hogy a fiatal újságíróknak több tapasztalatuk van magukkal a szerekekkel kapcsolatban is. A médiában dolgozó fiatalabb generáció nagy része vagy próbált már ki drogot vagy alkalmi fogyasztója azoknak. Münnichék kutatásában a megkérdezettek 80 százaléka számolt be arról, hogy különböző munkahelyi összejöveteleken találkozott már szerhasználattal, elsősorban marihuánát és kokaint fogyasztottak a jelenlévők. Személyes interjúk azt mutatják, hogy a médiában dolgozók körében az átlagnépességnél gyakrabban és magasabb arányban fordul elő drogfogyasztás, az érintettek a stresszt és a munkájuk jellegéből adódó fokozott tempót próbálják kezelni elsősorban stimulánsokkal. Ez persze kiegészülhet azzal is, hogy sokuk már karrierjük megkezdése előtt is kipróbált vagy időnként használt különböző drogot. Feltételezhető, hogy ezek a sajtómunkások hitelesebb képet közvetíthetnek és jobban differenciálhatnak nem droghasználó társaiknál, mivel több tapasztalatuk van a szerekekkel kapcsolatban, és nagyobb rálátásuk van a köztük lévő különbségekre. Az újságírók „vérfriessülése”, a fiatalabb generáció térnyerése emiatt magával vonhatja egy plurálisabb drogkép közvetítését is.

5.2. A szerhasználók kontrollja reprezentációjuk felett

A morális pánik differenciálódásával kapcsolatban fontos elem, hogy a korábbi bűnbakoknak már jóval nagyobb az ellenőrzésük saját reprezentációjuk felett, így a helyzetük is kevésbé kiszolgáltatott. Kitzinger Dávid (2000) e mögött három alapvető okot lát. Egyrészt a korábbi bűnbakok megtanultak azon a nyelven beszélni, amelyen a társadalmi valóságról szóló diskurzus zajlik, másrészt a média pluralizálódásával tágabb tere nyílt az eltérő véleményeknek. A tömegmédián és saját szubkulturális médiumaikon keresztül az egykori „feketebárányok” is részt vesznek a nyilvánosságban. A harmadik ok az, hogy erőforrásaiknak köszönhetően ma már képesek érdekcsoporttá szervezni magukat. Ezáltal ők is aktívan részt tudnak venni a társadalmi diskurzusban, és hatékonyan tudják képviselni saját tartalmukat.

A drogfogyasztók esetében is megfigyelhetők ilyen jellegű változások, bár az érdekvédelemmel kapcsolatban is fontos szétválasztani, milyen típusú szerhasználatról beszélünk, hiszen az alkalmi szerhasználók jóval szélesebb társadalmi réteget fednek le, mint például a súlyosan függő heroinisták. Általában éppen azok nem képesek képviselni az érdekeiket, akiknek a legnagyobb szükségük lenne rá: az alacsony szociális státusú drogfüggők, akik a tipikus junkie-ábrázoláshoz szolgáltatnak alapot. Ők továbbra is rá vannak szorulva arra, hogy mások lássák el képviseletüket.

Az alkalmi szerhasználók viszont már eredményesebben tudnak részt venni a társadalmi problémákról szóló diskuszióban. Megvannak az erőforrásaik, amelyek lehetővé teszik megszólalásukat, és saját fórumokat tudnak létrehozni. Az egyes droghasználói szubkulturáknak már Magyarországon is van sajtójuk, ilyen például a főváros számos alternatív szórakozóhelyén terjesztett Cannabis Kultusz „alternatív életmód és kenderkultúra magazin”. A nyilvánosság elérésében azonban az elsődleges szerepet egyre inkább az internet kapja, amelyhez széles rétegek férhetnek hozzá anonim módon. A nagyobb, droghasználói szubkulturákat összefogó oldalak, mint a Fűnyíró.hu vagy a Daath.hu fő célja a közösségépítés, de nagy hangsúlyt fektetnek az információátadásra és a tájékoztatásra is.

5.3. Az érdekvédelmi szervezetek munkája

Az érdekvédelmi, jogvédő és segítő szervezetek két módon is kiveszik a részüket a droghasználók reprezentációja feletti őrökésben: egyrészt a kábítószer-fogyasztók saját rétegmédiájának kialakításában, másrészt a nagy nyilvánosságban megjelenő drogképek folyamatos monitorozásában és a sajtó munkatársaival való együttműködésében. Említettem, hogy a kiszolgáltatottabb helyzetben lévő, súlyos drogfüggők még rá vannak szorulva mások képviseletére. Magyarországon a Baptista Szeretetszolgálat Utcafront Programja vállalta magára ezt a feladatot, amikor útjára indította az első magyar junkie-újságot, a Pakettet. Az intravénás drogfogyasztókat megszólító kiadvány évek óta sikeresen fut Nyugat-Európában, Észak-Amerikában és Ausztráliában, és elsődleges célja, hogy közvetlenül a drog- (elsősorban a heroin-) fogyasztókhöz ingyenesen eljuttatva adjon át információkat az ártalomcsökkentés, a jogi környezet és a drogfüggőség kezelésével kapcsolatban. A Pakett nem tekinthető kizárólag információs füzetnek, mivel az újságban a segítő szervezetekről szóló írásk mellett más cikkek, interjúk és érdekességek is megtalálhatóak (Kardos, 2006). Bár a lap nem titkolt célja az intravénás szerfogyasztók elérése, az érdeklődő absztinens olvasóközönséget is meg kívánja szólítani. Az információátadás így a prevenció két szintjét²⁰ is érinti az internetre is feltöltött, ezáltal szélesebb körben hozzáférhető Pakett esetében. A problémás szerhasználóknak akár a kezdő lökést is megadhatják a terápiás intervencióban (például a lap hatására kezd tüssere-programra járni), míg a drogot nem használó olvasó olyan információkhoz juthat hozzá, amelyek segíthetik egy pontos drogkép megalkotását, és így hozzájárulhatnak egy megértő attitűd kialakításához is. A Baptista Szeretetszolgálatot a Szociális és Munkaügyi Minisztérium és a Társaság a Szabadságjogokért (TASZ) jogvédő szervezet támogatja az újság kiadásában, az utóbbi a már említett Cannabis Kultusz magazin partnere is.

Szintén a TASZ-hoz fűződik az első magyar drogtémájú médiamonitoring program elindítása. A jogvédő szervezet drogpolitikai részlegének Médiamonitor programja 2005 januárjában indult, és célja az újságírók, a szerkesztők munkájának támogatása annak érdekében, hogy cikkekben és műsoraikban árnyalt, pontos képet nyújthassanak a drogról. Ha olyan médiamegjelenésről értesülnek, amelyben ezeket tévedéseken alapuló, hibás és torz módon ábrázolják, a Médiamonitor munkatársai levelet írnak a szerzőnek és szerkesztőknek a tévedésekre reagálva. A hitelesebb reprezentáció érdekében tudományos tényekkel és hivatkozásokkal próbálják segíteni a médiában dolgozók munkáját. A program működése során tréninget is szerveztek újságíróknak, és több médiummal alakítottak ki olyan kapcsolatot, hogy azok munkatársai szakmai kérdésekben rendszeresen kikérik véleményüket vagy elküldik átnézésre a megjelenés előtt álló anyagokat. A közeljövőben olyan online elérhető dokumentumok publikálását tervezik, amelyekben szerepelnek a visszatérő torzítások, valamint a témában jártas szakértők elérhetőségei is. Az eddigi tapasztalatok szerint a jövőben különösen az ilyen jellegű együttműködések bizonyulhatnak sikeresnek a drogok és a drogfogyasztók hiteles reprezentációjában, és így a drogprobléma kezelésének szempontjából releváns, elfogadóbb attitűd kialakításában.

Felhasznált irodalom

Császi Lajos (2000): Morális pánikok és drogháborúk. *Társadalomkutatás*, 1-2. sz.

Drog-média tanácsadó (2009): A TASZ drogpolitikai részlege (Drogriporter) Médiamonitor programjának megjelenés előtt álló dokumentuma.

Elekes Zsuzsa & Paksi Borbála & Lendvai Anna (2005): A felnőtt lakosság drogfogyasztókkal, drogfogyasztással kapcsolatos attitűdjeinek kvalitatív vizsgálata. *Kézirat*.

Goode, Erich & Nathan Ben-Yehuda (1994): *Moral Panics: The Social Control of Deviance*. Oxford: Blackwell.

Jelentés a magyarországi kábítószerhelyeztről (2005): Az Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium szakmai kiadványa.

Joy, Janet E. & Watson, Stanley J. & Benson, John A. (1999): *Marijuana and Medicine: Assessing the Science Base*. Washington D.C.: National Academy Press.

Kardos Tamás (2006): Pakett. <http://drogriporter.hu/node/328>

Kenyeres László & Mészáros Zoltán (2005): Kábítószerkép a nyomtatott sajtóban. *Médiakutató*, ősz.

Kitzinger Dávid (2000): A morális pánik elmélete. *Replika*, 40. sz.

Mészáros Zoltán & Ari Orsolya & Takács István (2007): Drogjelenség a nyomtatott sajtóban – 2006. *Kézirat*.

Münnich Iván & Kó József (2005): A médiaszereplők kábítószerrel kapcsolatos attitűdjének vizsgálata. *Kézirat*.

Paksi Borbála (1994): A drogfogyasztásról, a drogfogyasztókról kialakult/kialakított sémák. *Szenvedélybetegségek*, II/5. szám

Paksi Borbála (2000): A szintetikus szerek képe a magyarországi sajtóban. In Demetrovics Zs. (szerk.): *A szintetikus drogok világa*. Budapest: Animula, 70-85.

Rác József (2001): *A drogozás útvesztői*. Budapest: Semmelweis Egyetem Egészségügyi Főiskolai Kar.

Rác József (2004): *Addiktológia*. Budapest: Semmelweis Egyetem Egészségügyi Főiskolai Kar.

Rác József (1990): A magyarországi kábítószerelés koncepciói. *Esély*, 4. sz.

Rác József (2005): Drogproblémák média-reprezentációja. *Kézirat*.

Stratégia a kábítószer-probléma visszaszorítására (2000): A kormány kábítószer-ellenes stratégiájának koncepcionális alapjai.

Takács István (2006): *Drogok és droghasználók a médiában – Az alkohol- és drogtilalom retorikájának hasonlóságai. Kézirat.*

Young, Jock (1974): *Mass media, drugs, deviance.* In Rock, P., McIntosh, M. (ed.): *Deviance and social control.* London: Tavistock, 240-259.

Zinberg, Norman (2005): *Függőség és kontroll – Drog, egyén, társadalom.* Budapest: Nyitott Könyvműhely Kiadó, 25-26.

Lábjegyzetek

28

A következő forrás alapján: *Stratégia a kábítószer-probléma visszaszorítására – A kormány kábítószer-ellenes stratégiájának koncepcionális alapjai.* A stratégiai anyagot a kormány 2000. július 4-én, az országgyűlés 2000. december 5-én fogadta el.

29

A következő időszakok cikkei képezték az elemzés alapját: a Magyar Hírlap 1999-es januári, februári, márciusi, júniusi és novemberi, valamint 2008-as januári, februári, márciusi, augusztusi és novemberi számai. A Magyar Nemzet 1999-es januári, februári, márciusi, áprilisi és decemberi, valamint 2008-as márciusi, áprilisi, júniusi, augusztusi, októberi számai. A Népszabadság 1999-es januári, februári, márciusi, júliusi és októberi, valamint 2008-as áprilisi, júniusi, augusztusi, szeptemberi és novemberi számai. A Népszava 1999-es januári, februári, márciusi, áprilisi, májusi, valamint 2008-as márciusi, júniusi, júliusi, augusztusi, októberi számai.

30

Lukács Csaba: „Józan babák”. *Magyar Nemzet*, 2008. augusztus 23.

31

Horváth B. Barnabás–Muhari Judit: „Bandaháború a heroinhalálok mögött?”, *Népszava*, 2008. március 5.

32

Gaál Zoltán: Ötször több a kábítószeres halott. *Magyar Hírlap*, 1999. január 5.

33

Marosvölgyi: Egyre több a droghalál. *Magyar Nemzet*, 1999. április 3.

34

Pelle János: A fizetett gyönyör útvesztői. *Magyar Nemzet*, 1999. február 10.

35

Lukács Csaba: Józan babák. *Magyar Nemzet*, 2008. augusztus 23.

36

Népszava-összeállítás (2008) Rendőrkézre kerültek a gyilkos heroin terjesztői. *Népszava*, 2008. augusztus 6.

37

A Drogriporter (TASZ) Médiamonitor programjának megjelenés előtt álló Drog-média tanácsadó című dokumentuma alapján.

38

Pelle János: A fizetett gyönyör útvesztői. *Magyar Nemzet*, 1999. február 10.

39

Dusza Erika–Nagy Ildikó Emese: Ugrásszerűen megnőtt az iskolások drogfogyasztása, *Magyar Hírlap*, 1999. november 25.

40

Balavány: Már az iskolában kezdik a veszélyre nevelést. *Magyar Nemzet*, 1999. március 2.

41

Ménes Márta: Terjedőben az új drog. *Magyar Hírlap*, 2008. augusztus 27.

42

Csibra Tibor: Újfajta kábítószeret találtak a vámosok. *Magyar Nemzet*, 2008. június 13.

43

A Drogriporter (TASZ) Médiamonitor programjának megjelenés előtt álló Drog-média tanácsadó című, megjelenés előtt álló dokumentuma alapján.

44

Marosvölgyi: Egyre több a droghalál. *Magyar Nemzet*, 1999. április 3.

45

A kontrollált fogyasztás során a rendszeres fogyasztó szankciók és rítusok segítségével kontroll alatt tartja droghasználatát. Egy drog hatása és használatának mintázata ugyanis nemcsak kémiai hatásmechanizmusától és addiktív potenciáljától függ, hanem a használó pszichés állapotától és a társadalmi kontextustól is.

46

1977-ben az Állami Ifjúsági Bizottság, az Egészségügyi és Oktatási Minisztérium közös állásfoglalásában, „Tájékoztató egyes, az ifjúság egészségét károsító szokásokról” címmel utasítás született a drogjelenség kutatásának betiltására, valamint a téma bizalmas kezelésére. A tiltás valószínűleg az MSZMP KB Agitációs és Propaganda Osztályáról indult, és egészen 1985-ig volt érvényben (Rácz, 1990).

47

A WHO a megelőzés három szintjét alkotta meg. Az elsődleges megelőzés arra irányul, hogy a betegség ne jöjjön létre, a másodlagos a már megindult kórfolyamatra hat, a harmadlagos pedig a megfelelő kezelést, a

rehabilitációt és a reszocializációt foglalja magában (Rácz, 2004).



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](#)

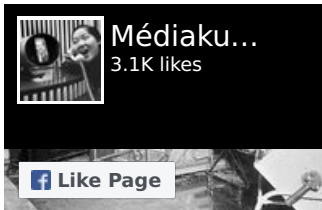
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2009 ősz

Politikai kommunikáció

[Urbán Csilla:](#)

Rendszerváltás és szimbolikus kommunikáció

A rendszerváltás időszakában a rituális eseményeknek döntő jelentőségük volt, az új rendszer megteremtése rítusok sorozatának is tekinthető. Az események során kommunikált szimbólumok segítették a változás feldolgozását és a szolidaritás megteremtését. Az országgyűlési választási kampány felvonultatja a szimbólumokat, és a plakátok által láthatóvá teszi azokat. A tanulmány empirikus részét így a plakátok képi elemeinek vizsgálata jelenti.¹ A rítuselméleti keret a változást egy olyan perspektívából mutatja be, amelyet egy eseménytörténeti megközelítés nem tesz lehetővé.²

1. A neodurkheimi elmélet és a rituális kommunikáció

Az 1980-as években a társadalomkutatásban megnőtt az érdeklődés a társadalmi cselekvés szimbolikussága iránt: ez a „kulturális fordulatnak” nevezett jelenség része (Császi, 2001). Ez az irányzat szembefordult az addigi kultúrafelfogással, a kultúra fogalmát szociológiai és antropológiai értelemben kezdte használni. A kultúrát már nem a „magasztos eszmék tárházának” fogta fel, hanem a mindennapi élet részének. Így a vizsgálatok nem nagy műveket céloztak meg, hanem a populáris kultúrát, amelyet a hivatalos kultúrával nemcsak szembenállónak, hanem egyenértékűnek tekintett (Császi, 2008).

A szimbolikus cselekvést úgy definiálhatjuk, mint olyan, nem a racionális világra irányuló cselekvést, amely nagy érzelmi töltettel rendelkezik, és a közösség belső viszonyait teremti újjá. Tehát a szimbolikus cselekvések – mint például a rítusok – sokkal többet tesznek, mint hogy csak tükrözik az aktuális társadalmi elrendeződést: sokkal inkább újraszervezik, megalkotják azokat (Moore & Meyerhoff, 1977: 5).

Az érzelmek felébresztésében a rítus fontos szerepet játszik. Sally Falk Moore és Barbara Meyerhoff meghatározása szerint a rítus az a kollektív szimbolikus ceremoniális forma, amelynek segítségével a közösség a káoszból rendet teremt (Moore & Meyerhoff, 1977: 3), az értékek konstrukciója során pedig nemcsak kifejezi érdekeit és vágyait, hanem fel is ismeri bennük saját magát, és morálisan azonosul is azokkal. Így a rítust – Emile Durkheim nyomán – összekapcsolhatjuk a közösség szolidaritásának növelésével és a kollektív identitás kifejezésével. A neodurkheimi társadalomkutatásban ezek a rítusok azonban nem vallásiak, hanem szekulárisak, viszont ez nem jelenti a szentség hiányát: itt inkább egyes, a közösség számára vitathatatlan szimbólumokat értünk rajtuk. Ilyen kulcsszimbólumok például azok az ellentétpárok, amelyek alapján a neodurkheimi kulturális szociológia értelmezi a világot: a szent és a profán, a jó és a rossz, a tiszta és a tisztátalan, a rend és a káosz (Császi, 2002: 60). Ezek mellett ide tartoznak a közösség evilági szimbólumai (például a nemzet, a demokrácia) és bizonyos intézmények (például a művészet, a tudomány, a politika, lásd Császi, 2002: 70).

A szent és a profán kategóriájához hasonló ellentétpárok alkalmazásával alkotjuk meg narratíváinkat a társadalomról, annak folyamatairól. Durkheim szerint a szent dologgal a profánnak nem lehet büntetlenül érintkeznie, a tiltások választják külön őket egymástól (Durkheim, 2003: 47–48). Jeffrey Alexander a rítusokat összefüggésbe hozza ezekkel a narratívákkal: szerinte a rítusok azért fontosak, mert általuk frissíthetjük fel elbeszélésünket a civil társadalomról és a nemzetről, valamint a társadalmi cselekvéseket is ezek irányítják. Ez a közös narratív struktúra lehetővé teszi a közös identitások, elvárások és a szolidaritás létrehozását. A kulturális szociológia a világot a már említett ellentétpárok társadalmi drámájának látja.³ Az így elbeszélte történet a kaotikus társadalmi valóságból rendet teremt, valamint a történeteknek folyamatosságot, koherenciát ad.

A folyamatosság és a rend megteremtésének eszköze például a rítusok által létrehozott önálló rituális tér és idő önálló szabályokkal, saját formulákkal. Ilyen formai elem például az ismétlődés, a teatralitás, a stilizáció, a rend, az előre eltervezettség, a figyelemfelkeltő jelleg (Moore & Meyerhoff, 1977: 7–8). Ezek a formalitások a biztonságot, a bizonyosságot reprezentálják. Az ismétlődés által a rítusok összekötik a múltat, a jelent, a jövőt, és ezáltal folyamatosnak mutatják be a társadalom életét (Kertzer, 1988: 10).

Az elmondottakból következik, hogy a rítusok szerves részei a társadalom életének, tulajdonképpen általuk tartható fenn maga a társadalom és annak képzete. Az is látható, hogy a szimbolikus cselekvések

válsághelyzetekben, traumatikus események idején a legfontosabbak: ha az adott problémára nem lehet racionális megoldást találni, szimbolikus szinten rendet lehet teremteni. A rendszerváltás bizonyos szempontból értelmezhető traumaként, hiszen a közösség tagjai olyan változásnak voltak a résztvevői, amely felejthetetlen nyomot hagyott tudatukban, és amely alapján véve határozta meg jövőbeni identitásukat (Alexander, 2003: 85). A változást leginkább szimbolikus szinten lehet megragadni, emiatt érdemes a rítusok segítségével meghatározni azt, hogy a rendteremtés és az új helyzettel való azonosulás miként ment végbe.

2. A rendszerváltás és a választás mint rítus

2.1. A rítusok jelentősége a rendszerváltás körül

A rendszerváltást értelmezhetjük olyan szimbólumnak, esetleg a fentebb definiált szentségnek, amely rítusok által fejeződik ki, rítusokban létezik. David Kertzer szerint minél nagyobb egy átváltozás, a rítus annál bonyolultabb (Kertzer, 1988: 17). A rendszerváltás esetében nem is egy bonyolult rítusról beszélhetünk, hanem rítusokról, amelyek összessége fejezi ki az átváltozást. Ezek a rítusok a rendszerváltás előtti és a köztársaság kikiáltása utáni években játszódtak. Ilyen volt például Nagy Imre újratemetése, március 15-e megünneplése és az első demokratikus országgyűlési választás. Ezek közül én a választásokat emelem ki. Az 1990-es választások azért különös jelentőségűek a későbbi választásokhoz képest, mert itt nem egyszerűen a társadalmi kötelekekre való figyelemfelhívás vagy a politikai döntések társadalmi alakíthatóságába vetett hit fenntartása volt a cél, hanem magának a demokráciának a megteremtése.

A választásnak rítuselméleti szempontból több funkciója is volt. Az egyik a jó és a rossz drámájának, a jó győzelmének a megjelenítése. A másik a pártok identitáskeresése: egyrészt a pártok saját identitásukat próbálták meg kiépíteni, másrészt a közösség tagjai, akik részt vettek ezekben a rítusokban, maguk is azonosultak bizonyos értékekkel, amely azonosulás a választások során nyilvánult meg. Szabó Márton például a rendszerváltást szimbólumváltozással azonosítja, ezt a változást pedig az jellemzi, hogy az elfojtott identitások kifejeződhetnek, a különböző pártok különböző szimbólumokat kínálnak fel az identitás kialakítására (Szabó, 1998: 155). Kertzer szerint a rítusok azért nagyon lényegesek a nagy átalakulásokkor, mert ilyenkor az embereknek fel kell adniuk régi szokásaikat és nézeteiket, és meg kell teremteni az új szimbólumokkal való szolidaritásukat (Kertzer, 1988: 153).

A rítus harmadik funkciója ebben az esetben az, hogy az effajta azonosulás nemcsak az önmeghatározást szolgálta, hanem a rendteremtéssel az 1980-as évek végén felerősödő bizonytalanság érzését is csökkentette. Emellett növelte a társadalmi szolidaritást, az egymáshoz tartozás érzését, feloldotta a konfliktust a társadalmi valóság és a szimbolikus rend között, valamint segített elfogadtatni a változást.

Az összetartozás érzése és a különböző pártokkal való azonosulás csak látszólag mond ellent egymásnak. Itt ugyanis nemcsak arról van szó, hogy különböző csoportok versengenek a győzelemért. A változás az egész társadalmat érintette, ezért az embereket integrálni is kellett ebbe a folyamatba, a pártok politikájában fontos szerepet játszott a társadalmi támogatottság megléte, amely így azt sugallta, hogy a pártállam lebontása a társadalom műve (Csizmadia, 1999: 24).

Tulajdonképpen új kollektív identitást kellett teremteni, a demokratikus államét. Jan Assman szerint ahhoz, hogy egy bizonyos kollektív identitás a csoporttagok tudatában is éljen, olyan alkalmakra van szükség, amelyek megerősítik ezt az identitást: ilyenek a rítusok. Ezek a rítusok pedig olyan szimbólumrendszereket közvetítenek, amelyek a közös tudáson és a közös emlékeken alapulnak, és amelyek így megalkotják a társadalmi hovatartozás tudatát (Assman, 2004: 138). Ennek a tudásnak a forgalomban tartása pedig a ceremoniális kommunikáció feladata. A rítusok olyan csatornák, amelyekben „az identitásbiztosító értelem áramlik” (Assman, 2004: 141-142). A szolidaritás ilyen esetekben akkor is nő, ha amúgy a rendszerváltás minőségéről való egyetértés hiányzik. A rendszerváltás során a valódi konszenzus hiánya amúgy sem volt annyira feltűnő, mert a pártoknak volt közös céljuk: a demokrácia felépítése és a diktatúra leépítése (Csizmadia, 1999: 23).

2.2. A választás mint rítus - és a plakát szerepe

A választás beilleszthető a rítusdefinícióba,⁴ a formai kritériumoknak is eleget tesz: az ismétlésnek egyrészt olyan értelemben, hogy a választásokat négyévente tartják, másrészt pedig minden szavazó ugyanazokat a mozdulatokat végzi (a szavazófülkében a jelöltek bejelölése, a szavazólap borítékba tétele és urnába dobása). A választások így egyfajta ismétlődő ritmust adnak a társadalom életének, összekötik a múltat a jelennel és a jövővel. Az ismétlés pedig abból a szempontból is értelmezhető, hogy a múltra és a jövőre mutató szimbólumok felhasználása egy szimbolikus térben is összeköttetéseket teremt. A teátrális elemek szintén megtalálhatók benne: ilyen lehet például a felügyelőbizottság tevékenysége az asztalnál vagy a köztársasági elnök szavazatának közvetítése, de a szavazók cselekedetei is ide tartozhatnak. Az előre eltervezettség szintén fontos jellemzője a választásoknak, ezt megfeleltethetjük a választási kampánynak, amelynek egyik meghatározó része a plakát.

A Kapitány házaspár tanulmánya szerint a plakátokon nem jelentek meg az embereket foglalkoztató kérdések, nem található differenciált társadalomkép, tematikájuk pedig szűk volt (Kapitány & Kapitány, 1991: 240). Ez támogatja azt a feltevést, hogy a választásoknak sokkal inkább szimbolikus jelentőségük van, és jóval fontosabb az identitás- és közösségképző funkciójuk.

Amellett, hogy tanulmányom empirikus részét plakátok elemzése alkotja, az ezeken megjelenő szimbólumok és a rítusok kapcsolatában egy fontos mozzanat is előtérbe kerül. A rítusok funkciói és a beteljesülésüket segítő szimbólumok a rítusokban részt vevő emberek mentális cselekvéseire hívják fel a figyelmet. Ahhoz, hogy a rítus elérje a célját, szükség van résztvevőkre, akik nemcsak a gyakorlati szabályokat tartják be, hanem mentális

folyamatok során is azonosulnak bizonyos csoportokkal, kialakul, illetve megerősödik bennük a közösséggel való szolidaritás.

A plakát és annak képi elemei különösen fontosak, főleg az 1990-es választások esetében. Az előző részben kifejtettek alapján a rítus szimbólumokat tesz nyilvánvalóvá. A választás – mint társadalmi cselekvés – során ezek a szimbólumok fizikailag nem láthatóak, láthatóságukat a választási kampány – például a politikai plakátok ikonográfiája – teszi lehetővé. Azért választottam a plakátok elemzését, mert ezek a képi elemek ebben az esetben olyan szimbólumok, amelyek a választást mint rítust működtették, segítették a rítus funkcióinak beteljesülését, valamint a szekuláris rítusokban található szentségeket szimbólumok, képi elemek formájában mutatták be.

3. Az 1990-es választási plakátok képi motívumainak elemzése⁵

3.1. Európa és Magyarország

Az európai népek identitását vagy a „szabad Nyugat” keretében szabadelvűként, pluralisztikusként, demokratikusként határozták meg, vagy a „keleti kommunista világtrend” alapján államszocialistaként definiálták.⁶

A két terület ilyen szempontú különválasztása eredményezte azt, hogy a politikai változás idején Nyugat-imádat, illuzórikus demokráciakép élt az emberekben (Buda, 1999: 197). Alexander szerint a modern társadalmakban az állampolgári erények jelentik az újfajta szakralitást, ezeken alapul a cselekvők megítélése, tehát azon, hogy támogatják-e a demokratikus értékeket.⁷

Magyarország Európához való viszonyát tovább bonyolítja, hogy ez a viszonyulás nem egyértelmű, a közvéleményben ellentétes álláspontok fogalmazódnak meg ezzel kapcsolatban.⁸ Ha Európát centrumra és perifériára osztjuk, akkor azt mondhatjuk, hogy a periféria országai megpróbálták felzárkózni a centrumhoz, ezzel együtt meg is akarták őrizni sajátosságait, tehát valamiféleképpen Európával szemben kellett magukat meghatározniuk (Vitányi, 1986: 83), így az Európához való viszony ambivalens.

A KDNP *Egy kis nép is naggyá lehet* feliratú plakátján Európa és Magyarország jelentősége egyaránt hangsúlyos. A térképen, Magyarországon kívül, nincs bejelölve más állam, ez nem is lenne lehetséges, ugyanis a magyar állam nagyobb területet foglal el, mint egy átlagos térképen. Ez lehet utalás a történelmi Magyarország nagyságára, annak területét körülbelül lefedi a plakáton látható térkép.

Ez a kiemelkedés összekapcsolható a történelmi nemzet elképzelésével.⁹ Egy ilyen népnek nemzeti hivatása van, amely az uralkodással egyenlő. Trianon után azonban a magyar nemzet nem áltathatta magát ezzel az elképzeléssel. Emiatt az ország „védhatalmat” keresett magának, hogy ennek sikerei által átélhesse a nagyságot (Szabó, 1983: 56–57). Az Európai Unióval kapcsolatos félelmek is ilyen folyamatokkal magyarázhatók: ha az ország megint védhatalmat keres, akkor egy újabb nagyobb hatalom befolyása alá kerül. Az ilyen plakátok éppen azt próbálják bizonyítani, hogy az európaivá válással nem veszítjük el magyarságunkat, a híd konkretizálása (az Erzsébet-híd) is ezt hangsúlyozza.



A KDNP egy másik plakátján szintén Európa játssza a főszerepet, pontosabban egy térkép, valamint két hegyeshalmi útlevelpecsét, amely képi elemek összefüggésbe hozhatóak az előző plakát útmotívumával.

Az útlevel jelentése magában hordozza az átkelés lehetőségét, a határátlépést. A Kádár-korszakban korlátozott volt a külföldi utazások száma, így az útlevel nagy értéket képviselt.¹⁰ Dessewffy Tibor szerint a rendszer kétfajta turistát különböztetett meg. Az egyik az a turista volt, aki a kultúra megismerése miatt ment ki külföldre. A másik kategóriába tartozó utazó célja pedig a vásárlás volt: olyan termékekhez akart hozzájutni, amelyeket itthon nem kaphatott meg (Dessewffy, 2002: 53). Ezeket a kategóriákat párhuzamba állíthatjuk a plakát szimbolikájával: a rendszerváltással egyrészt lehetővé válik egy másik kultúra megismerése, esetleg átvétele, másrészt elérhetővé válnak vagy megjelennek Magyarországon is a nyugati piacon kapható fogyasztási cikkek.

A pártok közül az SZDP szintén nagy hangsúlyt fektetett az európaiság gondolatára. Egyik plakátjukon hat, átlósan elhelyezett zászló látható, mind olyan európai országok zászlói, ahol 1990-ben szociáldemokrata kormány vagy államfő volt hatalmon. Az ezekhez való csatlakozást jelzi az, hogy a bal felső sarokban a magyar zászló és a jobb alsó sarokban az SZDP emblémája bekerül ebbe az átlós kompozícióba, igaz, láthatóan ki is lóg onnan síkszerűsége miatt. Ez a plakát az európai közösséghez való tartozást hangsúlyozza, ezáltal pedig a választás során az Európához való szolidaritás is erősödhet.



A másik szociáldemokrata párt, az SZDSZ *Tiszta múlttal a tiszta jövőért* feliratú plakátján a magyarság és az Európa-kép szintén összekapcsolódik. Az út és az azt övező növényzethez hasonlítható zöld alakzat elég sematikus, egyedül az útjelző tábla emelkedik ki valamivel kidolgozottabban a képből. Az út motívuma itt is hangsúlyos, mint ahogyan azt a KDNP plakátjain is megfigyelhettük.

A „tiszta jövő” megfeleltethető Európának, a tiszta múlt pedig annak a rendszerváltás előtti Magyarországnak, amelynek értékeit meg kell őrizni. Mivel ez a múlt és ez a jövő egy irányba tart, a történelmi folytonosság biztosítottnak látszik, és ez tovább növeli a biztonságérzetet.

A fejezet elején említett ellentétes viszonyulás a plakátokon úgy jelenik meg, hogy az Európához tartozás vágya (tehát a demokrácia mint érték) erősen összekapcsolódik a nemzeti identitás megtartásával. A nemzeti identitás ezeken a plakátokon a nemzeti színek alkalmazásával fejeződik ki. Ez a plakátok e csoportját összekapcsolja a következő kategóriával, amely csak a nemzeti identitást állítja előtérbe.

3.2. A nemzeti identitás elemei

A nemzeti identitás jelképei a rítusokban megjelenő központi elemek közé tartoznak. A rendszerváltás előtt a nemzeti kérdések figyelmen kívül hagyása a politikai mozgalom jellegéből következett. A szocialista mozgalom kezdettől fogva szervesen kapcsolódott egy nemzetközi mozgalomhoz (Gyurgyák, 2007: 468), központi kérdése a munkásság helyzete és a kommunizmus megvalósítása volt. A nemzeti érzés letörését célozta április 4-e nemzeti ünnepé nyilvánítása, március 15-e hétköznapra tétele, a zászló és a címer megváltoztatása, valamint augusztus 20-a átnevezése az új alkotmány és a kenyér ünnepévé (Gyurgyák, 509–510). A rendszerváltás körül emiatt volt nagy jelentősége például március 15-e megünneplésének, és ez volt az oka annak, hogy a pártok plakátjain ekkora hangsúly került a magyar identitás kifejezésére.

A Magyar Néppárt nemzeti identitását azáltal fejezte ki, hogy a népi mozgalomhoz és annak hagyományaihoz fordult vissza. A népi mozgalom a népet, a földművelő parasztságot nem egyszerűen integrálni akarta a nemzetbe, hanem őket tekintette a nemzetnek (Szabó, 1983: 55). A Magyar Néppárt esetében nem volt követhető az a koncepció, hogy a legszegényebb földművelő réteget tegyék a nemzet alapjává, mert a hagyományos agrárvilág eltűnt. Emiatt a párt támogatni kívánta az elszegényedő munkásokat is, nem tisztán osztálpártként akart újjászerveződni (Ripp, 2006: 218).

Ennek egyik példája az a plakát, amelyen Petőfi látható. Az 1848-as szabadságharc fő tétje Magyarország függetlenségének kivívása volt, Petőfi alakjával ezzel az eseménnyel egészül ki a plakáton szereplő másik három évszám. 1848. március 15-e megünneplése azért is fontos, mert 1987-től kezdve ez a dátum volt „az ellenzékiesség szimbolikus és ritualizált ünnepe” (Romsics, 2003: 51), 1989-től kezdve pedig nemzeti ünnep.

Az évszámok a párt történetét tekintve összefüggésben állnak egymással. A Nemzeti Parasztpárt, amelyet a Magyar Néppárt elődjének tartott, 1939. június 29-én alakult meg, az első évszám tehát erre utal. 1956-ban a Nemzeti Parasztpárt Petőfi Párt néven szerveződött újjá, így a plakát az 1989-es dátumot is sorba állítva teljes mértékben kifejezi azt, hogy a Magyar Néppárt a Parasztpárt folytatásának tartja magát. 1956 feltüntetése más szempontból is érdekes motívum. Mint a magyar történelem meghatározó pontja az államszocializmus alatt, tabu volt, emiatt ennek megjelenése nagy jelentőségű.



A Magyar Néppárt másik plakátja szintén a gyökerekhez való visszatérést jeleníti meg, amelyet a *Gondozzuk örökségünket!* szlogennel konkrétan meg is fogalmaz. A kép váza búzaszemek formáz, a nemzeti színű szár és a sárga búzaszemek a magyar vidék népéhez való visszatérést jelentik. A képeken látható személyek mind a népi mozgalom és a Nemzeti Parasztpárt kiemelkedő személyiségei: népi írók és a szociográfiai irodalom megteremtői, mint Illyés Gyula, Németh László, valamint politikusok és ideológusok, mint Bibó István, Kovács Imre és Veres Péter. A Magyar Néppárt ugyan nem jogutódja a Nemzeti Parasztpártnak, ezeknek az embereknek a felvonultatásával azonban konkrétan behatárolja hagyományait, hangsúlyozva ezzel is a párt történelmi folyamatosságát. Megfigyelhetjük, hogy a Magyar Néppárt plakátjain inkább azt határozza meg, hogy milyen irányvonalat követ, kiket tart elődeinek, azonban az nem derül ki, hogy kit értenek a magyar népen.

A nép fogalma az FKGP plakátján sokkal körülhatároltabb. A plakáton megjelenő rigmus¹¹ nem értelmezi olyan tágan a választó fogalmát, inkább a földműveléssel foglalkozó réteghez szól. Azonban az ő esetükben is ugyanaz volt a helyzet, mint a Magyar Néppárttal: szociológiai értelemben már nem volt meg az a birtokos parasztság, amelyik a kiscsapat bázisának számított, azonban a politikai mentalitást tekintve magához vonzhatott bizonyos csoportokat (Ripp, 2006: 214). Ennek ellenére hangvételük avított és a célrétegen kívüliek számára anakronisztikus volt (Ripp, 2006: 524).



Az elemzett plakát fejlécén egy grafika látható, középen a magyar címerrel, körülötte pedig a dolgozó nép. A *Földünk – Népünk – Gazdaságunk – Műveltségünk* szavakkal a kép azt sugallja, hogy a magyar nemzet jövője a magyar vidék jövőjén múlik – ezt tovább erősíti a plakát alsó felét elfoglaló gyerekek képe. A képek népi faragásra emlékeztető motívumokkal vannak elválasztva, utalva ezzel a magyar népi kultúrára és a népművészetre is. A fényképek régiiek, ezt egyrészt a párt hagyományaival társíthatjuk, valamiféle régi politikához, régebbi korhoz való visszatéréssel. Másrészt azonban egy sztereotip képet is sugallnak a vidékről, a visszamaradottságot, a fejletlenséget.¹²



Az MDF plakátján az előzőekkel szemben nem egy társadalmi réteg, hanem egy nemzeti szimbólum jelenik meg. A magyar jelkép színes, térhatású, kiemelkedik a képből, ez is mutatja vitalitását, erejét. A koronás kiscímer támogatja a konzervatív rendszerváltás fogalmát, valamint lehetővé teszi, hogy a rendszerváltást forradalomként és valamihez való visszatérésként is értelmezzük (Kapitány & Kapitány, 1991: 235). Az elképzelések szerint a Szent Korona Szent István uralkodói jelvénye, amely címer így kifejezi az európai keresztény kultúrához való kötődést is.

A magyar történelem során a kiscímer és a Kossuth-címer váltotta egymást.¹³ A választások után a kiscímert az MDF, a KDNP és az FKGP támogatta, a Kossuth-címert pedig az SZDSZ és a Fidesz, ez a kettősség pedig azt is mutatja, hogy a pártok nem ugyanúgy értelmezték a nemzeti hagyományokat (Romsics, 2008: 272), de mindannyian fontosnak tartották valamilyen hagyomány folytonosságát.

Az MDF egy másik plakátján nem a múlthoz tértek vissza, hanem a jövő hangsúlyozódott. Látható rajta egy terhes nő, akinek ruházata és haja, valamint kendője a nemzeti színekre emlékeztet. A kéz körül a kendő egy Magyarország-térképet formál, amely az ország = anya megfeleltetést is sugallhatja. A kéz, a gyermekvárás és Magyarország összekapcsolása azt fejezi ki, hogy az ország biztos kezekben van, van jövője, és ez a jövő éppen megszületőben. A kép hangulata felidézi a békés rendszerváltást, az egész kép nyugodtságot, békességet, biztonságot áraszt.

Szintén valamiféle jövőre irányultságot mutat a *Tiszta légmentő!* felszólítást tartalmazó plakát, amelynek tere egyelőre sötét, csak a távolban bukkan fel a magyar zászló, mint „fény az alagút végén”, így itt a tisztaság magával a magyar nemzettel azonosítódik. Ez a plakát kapcsolatba hozható az MDF egy másik plakátjával, amelyet később elemzek. Mindkettő a megtisztítás, az eltakarítás aktusát építi bele a plakát retorikájába.



Az SZDSZ-nek szintén vannak olyan plakátjai, amelyeken kimondottan csak a nemzeti vonások jelennek meg. Ilyen például az, amelyen a *Van aki szabadon szereti* mondat tölti ki a plakát terét, a háttérben/előtérben egy Magyarország-térképpel. A színvilágot – ugyanúgy, ahogy más SZDSZ-plakátokon is – a magyar nemzeti színek alkotják. Itt is csak egy térkép-alakzatot látunk, amely azonban sokkal kifejezőbbé válik azáltal, hogy a „szabad” szó pont erre helyeződik.

Egy másik SZDSZ-plakáton szintén a szöveg dominál, egyetlen képi elem a párt emblémája, a nemzeti színű szabad madár, amelynek szabadságát a kék háttér, az ég is erősíti. A plakát központjában egy Berzsenyi-idézet van, amely *A magyarokhoz II.* című versből származik. Ez az idézet egyrészt utal a magyar kultúrára, másrészt pedig párhuzamot von egy másik korrallal, amelynek a legnagyobb erőfeszítése a magyar nyelv felvirágoztatására és a nemzeti függetlenség elérésére, ezek által pedig a nemzethalál elkerülésére irányult.

A nemzeti identitás szimbólumai tehát hangsúlyozottan jelennek meg a pártok plakátjain. Ha a szent és profán tengelyen helyezük el ezeket az elemeket, akkor mindegyik a szent kategóriájába esik. Ezek a szimbólumok a rendszerváltáskor segítették a társadalmat abban, hogy tagjai egy közösségnek érezzék magukat, erősítették a szolidaritást, és ismét megeremtették azt a nemzeti közösséget, amely a régi rendszerben nem kapott akkora teret.

3.3. A vallásosság megjelenése

A vallásosság felvállalására az államszocializmusban megvolt a lehetőség, azonban nem tartozott a teljesen elfogadott identitáselemek közé.¹⁴ A vallásos közösségek világfelfogása különbözött az állam hivatalos ideológiájától, ez volt a nem hivatalos társadalmi szerveződés egyik legfontosabb formája, ezért jelentett veszélyt a létezésük (Tomka, 2008: 558). A vallásos rítusokban való részvétel megerősíti a vallásos csoport felé irányuló szolidaritást, és a hivatalos, homogén kultúrán kívüli közösséget hoz létre. Az ilyen rítusok visszaszorítása azonban egy identitáskötő tényező elnyomásával is együtt járt.

A kereszténység Magyarországot az európai kultúrkörrel is összekapcsolja, ez ugyanis az egyik olyan jellegzetesség, amely az ország európaiságát erősíti már az államalapítástól kezdve a török harcokig (Vásárhelyi, 2007: 37).

A vallás ismételt előkerülését már maga a Kereszténydemokrata Párt újjáéledése megmutatta. A KDNP-t ugyan világnézeti pártként szervezték meg, megalakulása mégis a politikai katolicizmus újjáélesztését jelentette (Ripp, 2006: 221). Már a párt emblémájában megjelenik a kereszt, a következő részben is elemzett plakátjukon ugyancsak ez a szimbólum áll a középpontban. Ezen a plakáton a kereszt, a vallásosság, nem a jámborság kifejeződéseként jelenik meg, sokkal inkább annak ereje hangsúlyozódik, amely képes szétzúzni egy egész rendszert. A kereszt fehérsége és a csillag vörössége éles ellentétben állnak egymással: a fehérséget társíthatjuk az ártatlansággal, a tisztasággal, a csillag vörös színe pedig a bűnösség, a vér szimbóluma is lehet. Az ártatlansággal való asszociáció azonban ellentétben áll a képen mutatott aktussal, a csillag szétzúzásával.

Az MDF egyik plakátján is megjelenik egy, a vallásra utaló elem. *A Miatyánkból a Jöjjön el te országod!* mondat idézése nemcsak a demokratikus rendszer eljövételének kívánságát jelzi, hanem utal a keresztény kultúrára is. A képen úgy tűnik, hogy ezt a mondatot a gyerek mondja, aki az ártatlanság, a jövő szimbólumaként jelenik meg. A gyermek és a vallás összekapcsolása sugallja a megváltás és a rendszerváltás közötti kapcsolatot, valamint a megrázkódtatások nélküli átmenetet is. Így ez teljesen ellentétben áll a KDNP plakátjával, ahol a kereszt sokkal inkább brutalitást és erőszakosságot fejez ki.

A vallásosságra utaló elemek nem annyira jellemzőek a pártok plakátjain, mint például a nemzet szimbólumai, ennek ellenére egy olyan identitáselemet jelenítenek meg, amely sok embernek könnyítette meg az új rendszerrel való azonosulást.



3.4. A múlttal való leszámolás mint identitásképző elem

A múlttal való leszámolás (nemcsak szembenállás) meghatározó volt a rendszerváltás idején. A pártok valamilyen szinten mindannyian negatívan határozták meg magukat az államszocializmussal szemben. Ebben a folyamatban figyelhetjük meg a bűnbakképzés jelenségét.¹⁵ A bűnbakkeresés és a leszámolás folytán viszont szintén kétségessé válik a békés átmenet elmélete.

A bűnbakkeresés beilleszthető a rítusok keretébe, ez úgynevezett purifikációs rítus (Császi, 2001). Kenneth Burke ennek két formáját írja le: a mortifikációt és a viktimizációt (lásd Császi, 2001). Az első az önkritikát jelenti, a második a bűnbak büntetését, ami által visszaáll a társadalmi rend. James Carey szerint ezek a kiközösítés rítusai, amelyekre jellemző a státusbeli esés (például a szentből a profánba, lásd Carey, 1998: 42). Szerinte bizonytalan, hogy kit tekintünk kívülállónak vagy eretneknek, mert ez mindig egy adott szimbolikus térben határozódik meg (Carey, 1998: 45). Ebben az esetben az MSZMP politikája és maga a szocializmus a szentből a profánba zuhan, és ennek a zuhanásnak a szimbolikus reprezentációi találhatók meg a plakátokon.

Ez a rítus nem a megbékélést és a szolidaritást segíti elő, hanem felerősíti az értékek körüli harcokat (Carey, 1998: 46). Alexander szerint azonban szükség van bűnösökre, ugyanis ahhoz, hogy meg tudjuk határozni a jót, a gonoszt is ki kell jelölnünk, a szent és a profán közti határvonalat fenn kell tartanunk (Alexander, 2003: 109). Emiatt a gonosz reprezentálása nemcsak a társadalomnak a gonosztól való megtisztítása miatt történik, hanem a fő cél magának a gonosznak a keresése, a megtestesítésére való törekvés (Alexander, 2003: 118). A gonosz megtestesítője pedig a régi rezsim. Hogy a régi rendszert kritizálni tudják, a kommunisták okozta válság súlyosságát kellett kiemelni (Ripp, 2006: 521). Az antikommunizmus a pártok és az emberek számára a hitelesség legfontosabb kritériuma volt (Romsics, 2008: 240). Az antikommunizmusnak azonban nemcsak ez volt a szerepe: egy passzív, közönyös állapotból akarták kilendíteni az országot (Bayer, 1991: 242), így a rítusnak intenzívebb töltete lett.

Az előző fejezetben már részben elemezt, a *Tiszta múlt, biztató jövő = KDNP-képviselő* rigmust tartalmazó plakát a keresztény jelleg hangsúlyozása mellett elsősorban a múlt és a jövő kapcsolatát állítja szembe. A képen a vörös csillag jelenti a régi rendszerrel való leszámolást. A kereszt a vallásosból átkerül a szekuláris rítusok területére. Két, a szent kategóriájába tartozó elem harca jelenik meg, amely során a vörös csillag zuhan a profán kategóriájába.¹⁶



Az MDF-nek három plakátja is besorolható ebbe a csoportba. Az egyik plakátja a politikai jelmondatok megkérdőjelezése, kifordítása segítségével számol le úgy a Rákosi- és a Kádár-rendszerrel, mint egyik ellenfelével, az SZDSZ-szel. Ennek a plakátnak két változata volt, az MDF-hez tartozó mondat különbözik rajtuk. A plakátokon, ahol Rákosi, Kádár és az SZDSZ jelmondata egy csoportba tartozóként külön található, az MDF-é elkülönül, a jó-rossz kategóriák vizuálisan is el vannak választva egymástól. Az első három mondat valamilyen ellenséggépet határoz meg, az MDF viszont felhagy ezzel az ellenségeskedéssel, kifejezve ezzel azt, hogy nem a harcra pazarolja az energiáit, hanem a nemzetre figyel. Ennek viszont ellentmond az, hogy mégis behatárolja az ellenséget, nemcsak a múltra vonatkoztatva, hanem egy kortárs pártot is bevonva.

Az MDF hátat fordító, kommunista tisztet ábrázoló plakátja is a rendszerrel való leszámolást sugallja, azonban elsősorban a hatalmi rendszer képviselőinek és kifelé, a Szovjetunióknak üzen, mivel a felirat nem magyar nyelvű.

Az MDF *Országos tavaszi nagytakarítást!* feliratú plakátja humoros és egyben fenyegető is, ellentmondva ezzel a békés átmenet általa képviselt eszméjének. A Rákosi- és a Kádár-rendszer gyakori egybemosása mutatkozik meg abban, hogy a Sztálin-szobor, Mao könyve, az Esti Hírlap Grósz Károly nevével és a Szabad Nép mind egy helyen végzi. És nemcsak leszámol ezzel a rendszerrel, hanem le is alacsonyítja, a kidobott múlt krumplihéjjal, WC-papír gurigával, tojánhéjjal együtt kerül a szemébe.



A legutolsó plakát mutatja be a leginkább azt, hogy ami az egyik pillanatban még a személyi kultuszt jelentette, és a szent kategóriájába tartozott, tehát nem lehetett megsérteni, az a rendszerváltás alkalmával a szemétként végzi. De a „takarítás” nem jelenti ezeknek a szimbólumoknak az eltűnését, csak azt, hogy átkerültek a negatív oldalra. Teljes kiirtásuk, eltűnésük ugyanis megakadályozta volna egy új közösség létrehozását, és a demokratikus értékekkel kapcsolatos lojalitás megszilárdítását.

3.5. Múlttal való leszámolás, versus történelmi folytonosság

Az MSZP mint az MSZMP utódpartja, nehéz feladat elé nézett, amikor megpróbálta meghatározni saját identitását. Utódpartként nem szakadhatott el teljesen örökségétől, azonban az elmúló rendszer politikáját sem folytathatta, így a purifikációs rítusban sem tudott részt venni. Emiatt nem is igazán sikerült meghatározni magát, ami a plakátokon nagyon jól látható.

A *Baloldal nélkül nem megy!* feliratú plakát inkább a politikai rendszer kiegyensúlyozottságára utal, valamint a történelmi folytonosság szükségességét is kifejezi, azonban éppen ezért nem lehet hatásos, mivel egy olyan folytonosságra utal, amelynek megtagadása a többi párt számára magát a hitelességet jelentette.

A *Szocialistákkal a holnapért* feliratú plakát szintén sugall folyamatosságot, a kéz utal a szocialista realista művészet alkotására, a Glóbuszt tartó kézre. Itt azonban történik egyfajta átalakulás is: az egész dolgozó nép helyett már a jövő a fontos, amelynek a szimbóluma itt is egy kisgyerek. Így a Glóbuszt tartó kéz átváltozik egy biztonságot jelentő anyai kézzé, amely az anya-gyermek kapcsolatot analógiába állítja az MSZP-jövő kapcsolattal,

amit a felirat is erősít.

Az MSZP-nek vannak olyan plakátjai is, amelyek konkrétabb követeléseket fogalmaznak meg. A következő két plakáton a gazdasági átalakulással kapcsolatos motívumokat figyelhetünk meg. A rendszerváltó erők egyetértettek a magántulajdonon alapuló piacgazdaság megteremtésében, azonban a gazdasági átalakulás kérdései nem foglaltak el központi helyet a Nemzeti és Ellenzéki Kerekasztal ülésein. Emiatt a választásokkor megkötöttség nélkül képviselheték nézeteiket (Sipos, 2008: 245-246). Ennek tudható be az is, hogy az ilyen témájú plakátokon zavaros, mit is értünk „gazdán” vagy „dolgozói tulajdonon”.

Ilyen például a dolgozói tulajdont követelő plakát. A fénykép az államszocializmusban preferált társadalmi osztályt mutatja, annak szakértelmét tanúsítja. A tulajdon követelése viszont már nem a folytonosságra utal, hanem szakítást jelent az MSZMP politikájával, a dolgozói tulajdon jelentésének homályossága azonban csökkentheti a bizalmat a párt politikája iránt.

A *Gazdát a földnek, szövetkezetnek!* feliratú plakát hasonló felépítésű. A középpontban itt is egy régi felvétel áll, amely utalhat a magántulajdonhoz való visszatérésre. A fényképpel lényegében „gazdát kap a föld”.¹⁷ A mezőgazdasággal foglalkozó réteg megjelenése szintén az MSZMP politikájával való szembe fordulást jelenti, ugyanis a rendszerváltás előtt a vidékre nem helyeztek nagy hangsúlyt (Kapitány & Kapitány, 1991: 237). A vidék érdekeit azonban sokkal jobban kifejezte mind a Magyar Néppárt, mind az FKGP, így a mezőgazdaság előtérbe helyezésével sem sikerült meghatározni magát a pártnak.



Az MSZP plakátjain nem jelentek meg sem a nemzeti identitás jelképei, sem más, azonosulásra alkalmas szimbólumok. A párt azért is volt nehéz helyzetben, mert nem vehetett részt a bűnbakképzés folyamatában, ugyanis akkor elvesztette volt azt az alapot, amelyre épített. Az MSZMP politikájával való szembenállást ezért nem sikerült teljes mértékben kommunikálni a társadalomnak, az erre tett próbálkozások pedig emiatt nem is lettek – nem is lehettek – hitelesek.

3.6. A politikai mező közepén

A Fidesz a rendszerváltás idején más politikát képviselt, mint napjainkban, inkább a politikai mező közepén álló pártként határozhatjuk meg (Wéber, 1996: 24), a párton belül sokáig hiányzott a határozott politikai irányvonal, elvi-politikai álláspontjukat csak 1990 után kezdték kidolgozni (Csizmadia, 1999: 27), valamint programjukat nem lehetett elhelyezni a magyar politikai kultúrában meglévő népi-urbánus ellentétek dimenziójában sem (Wéber, 1996: 21). Ahelyett, hogy belementek volna a programok közti vetélkedésbe, inkább a fiatalságukat hangsúlyozó érzelmi kampányt folytattak (Ripp, 2006: 536). Az elhatárolódás azért is játszott fontos szerepet a párt számára, mert sokáig csak az SZDSZ ifjúsági tagozatának tekintették.

Egyik plakátjukon a véletlent használják ki: egy szótárcikket emelnek be a képbe, amely így a plakát hitelességét nagyban növeli. A nemzeti identitásra utal ugyan Magyarország térképe, azonban a plakát leginkább figyelemfelkeltő része nem ez, hanem a véletlen szerepe, amely véletlen kapcsolhat egyfajta kiválasztottságérzést is a párthoz. A *fides* szó latin jelentése *hit, bizalom, hűség, őszinteség, becsületesség*: a véletlen által pont ezek azok az értékek, amelyeket a párt képvisel.

A *Tessék választani!* feliratú plakát utal ugyan a régi rendszerre, azonban ezt nem fenyegetően teszi, a plakát inkább humoros, és felajánlja a választás lehetőségét.¹⁸

A megjelenített két cselekvés között analógia van, azonban ellentétben is állnak egymással. A magyar kultúra számára idegen ez a fajta köszönésmód, és ez az idegenség a két kommunista vezető által megjelenített rendszerrel összekapcsolva mutatja azt, hogy a szocializmus a magyar politikai rendszer számára idegen. A kép az orosz elnyomásra is utal azáltal, hogy megmutatja, ez a hatalom képes más népeket rábírn arra, hogy elfogadják szokásait, kultúráját, akaratát. A két ismert ember szerepeltetése a személyi kultusz jelenségére is utal. Ezzel ellentétben az alsó kép két teljesen ismeretlen fiatalot ábrázol. A fiatalok karjánál lévő embléma kitűzőre emlékeztet, amelynek viselése szintén a fiatalokra jellemző.



A választási lehetőségek tehát a következőképpen értelmezhetőek: egy magyar (európai) szokásrendszertől eltérő, illetve azzal összeegyeztethető kultúra, vagy teljhatalmú vezető uralma, illetve egy demokratikus rendszer. A fiatal és idős ellentét is értelmezhető annyiban, hogy a fiatalabb nemzedék kevésbé itatódott át a szocialista ideológiával, míg az öregebb politikusok részt vettek a pártállam kiépítésében.

Egy másik plakáton szintén fontos szerepe van az embléma alakjának. A fiatalosság összekapcsolódik a jövővel a ... *hogya holnap más nap legyen!* feliratú plakáton. A felkelő Nap képe által a Fidesz-embléma és a nap, egy új nap kezdete azonosítódik. Grafikailag a kép elég egyszerű, a párt színei megjelennek rajta, a komplementer színek által rikító és figyelemfelkeltő. Az emblémán megjelenő Fidesz név folytatásaként értelmezhető a három ponttal kezdődő szöveg, amelyben a „más nap” kifejezés utal valamennyire a múlttal való szakításra, azonban ez sem hordoz magában fenyegetést.

Mivel a plakátokon a fiatalosság elnyomja a nemzeti identitás és a rendszerrel való leszámolás motívumait, nehéz a plakátok alapján meghatározni, hogy a párt számára mi számított például a szent kategóriába. A szótárcikket felhasználó plakáton azonban a középpontba kerülnek olyan fogalmak, amelyek behatárolják, mit tart a párt

értéknek. Ezek a fogalmak a hit, a bizalom, a hűség, az őszinteség, a becsületesség, amelyek az Alexander által felállított demokratikus és nem demokratikus skálán a demokratikus értékek közé tartoznak (Alexander, 1992: 292). Így tehát megállapíthatjuk, hogy a párt a szent kategóriába a demokráciát jellemző általános értékeket sorolta.

4. Következtetések

A plakátok tehát annak ellenére, hogy a választásban közvetlenül nem vesznek részt, fontos szerepet töltenek be a szekuláris rítusban. Mint a kampány részei, a rítus előkészítő szakaszába tartoznak, és azokat a szimbólumokat kommunikálják és teszik nyilvánvalóvá, amelyek mentén a választás, mint rítus, működik, és amelyek segítik a rítus funkcióinak beteljesülését.

A plakátokon megjelenő szimbólumok és a rítusok a rendszerváltás utáni választás során több funkciót is betöltöttek. Először is meghatározták, hogy az új rendszerben mi számít szentnek és mi számít profánnak, ezzel együtt megkreálták a gonoszt is, és el is beszélték ezen elemek küzdelmét. Szintén fontos funkciójuk a rítusoknak az identitások kommunikálása. Egyrészt a pártok saját identitáselemeiket vetítették ki, elhatárolva ezzel magukat a többiektől, másrészt pedig felkínáltak olyan szimbólumokat is, amelyekkel mindenki azonosulni tudott. A harmadik funkció pedig a szolidaritás és a biztonságérzet megteremtése volt, amelynek során a szimbolikus mezőben történt rendteremtés és a tájékozódási pontok kijelölése segített az embereknek a változás feldolgozásában.

A kulturalista értelmezés termékeny lehet a társadalmi cselekvések vizsgálatában. Az eseménytörténeti elbeszélésekhez képest többletet nyújt, olyan mozzanatokra, sőt szervező erőkre hívja fel a figyelmet, amelyeket egy kronologikus vizsgálat nem tár fel. Az eseménytörténeti elbeszélés nem mutat rá például arra, hogy bizonyos cselekvések nem csak a racionális világra utalnak. A választás esetében egyrészt a képviselők parlamentbe juttatásáról van szó, másrészt a közösségi érzés megteremtéséről. Az eseménytörténeti megközelítés – hasonlóan a rítushoz – az események narrálásával segít feldolgozni a változást. Arra azonban nem mutat rá, hogy a változás feldolgozásában milyen szerepet játszik egy ilyen cselekvésben való részvétel és a szimbólumokkal való azonosulás.

Ezek mellett a rítuselméleti keret rámutat a rítusok egy nagyon fontos funkciójára is: nemcsak tükrözik a társadalmi viszonyokat, hanem újjá is teremtik azokat. A szimbolikus térben létrejövő rend, amelyet a rítusok hoznak létre, tehát vissza is hathat a társadalomra, a politikai rendszer átalakítása mellett a szimbólumrendszer-váltás is szükséges feltétele a demokratikus átmenetnek. Így a rítuselmélet a „való világ” és a szimbolikus rendszer közötti kölcsönhatást is fel tudja tárni.

Felhasznált irodalom

- Alexander, Jeffrey C. (2003): A cultural sociology of evil. In: Alexander, Jeffrey C.: *The meanings of social life: A cultural sociology*. Oxford: Oxford University Press.
- Alexander, Jeffrey C. (1992): Citizen and enemy as symbolic classification: on the polarizing discourse of civil society. In: Lamont, M. & Fournier, M. (eds): *Cultivating differences*. Chicago: Chicago University Press.
- Alexander, Jeffrey C. (2003): Cultural trauma and collective identity. In: Alexander, Jeffrey C.: *The meaning of social life. A cultural sociology*. Oxford: Oxford University Press.
- Alexander, Jeffrey C. & Jacobs, Ronald N. (1998): Mass communication, ritual and civil society. In Liebes, Tamara & Curran, James (eds): *Media, ritual and identity*. London: Routledge.
- Assman, Jan (2004): *A kulturális emlékezet: Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban*. Budapest: Atlantisz Kiadó.
- Bariska István Mihály (é. n.): Közép-Európa hosszú árnyéka. Létezik vagy hiányzik Közép-Európa? In: Mészlivetz Ferenc (szerk.): *Hankiss 8van? Találjuk ki...! Tanulmányok Hankiss Elemér tiszteletére*. Budapest & Szombathely: MTA Politikatudományi Intézete, Savaria University Press.
- Bayer József (1991): Antikommunizmus Magyarországon, 1990. In: Kurtán Sándor & Sándor Péter & Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 1991*. Budapest: Ökonómia Alapítvány.
- Buda Béla (1999): Identitás és kommunikáció a posztkommunista világban. In: *Rendszerváltás és kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Carey, James W. (1998): Political ritual on television: Episodes in the history of shame, degradation and excommunication. In: Liebes, Tamara & Curran, James (eds): *Media, ritual and identity*. London: Routledge.
- Császi Lajos (2002): *A média rítusai: A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Császi Lajos (2001): A rituális kommunikáció neodurkheimi elmélete és a média. *Szociológiai Szemle*, 2. sz.
- Császi Lajos (2008): Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató*, 2008. ősz.
- Csizmadia Ervin (1999): A liberalizmus és a demokrácia felfogása a rendszerváltáskor és ma. In: Sárközy Erika (szerk.): *Rendszerváltás és kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Dessewffy Tibor (2002): Speculators and travellers. The political construction of the tourist in the Kádár regime.

Durkheim, Emile (2003): *A vallási élet elemei formái*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.

Frazer, James G. (1998): *Az aranyág*. Budapest: Osiris Kiadó.

Gyurgyák János (2007): *Ezzé lett magyar hazátok. A magyar nemzeteszmé és nacionalizmus története*. Budapest: Osiris Kiadó.

Kapitány Ágnes & Kapitány Gábor (1991): Politikai szimbólumok. In: Kurtán Sándor & Sándor Péter & Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 1991*. Budapest: Ökonómia Alapítvány.

Kertzer, David I. (1988): *Ritual, politics, and power*. New Haven: Yale University Press.

Laszlovszky József (1989): *A magyar címer története*.

Messariss, Paul (1996): *Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Moore, Sally Falk & Meyerhoff, Barbara (1977): Introduction: Secular ritual. Forms and meaning. In: Moore, Sally Falk & Meyerhoff, Barbara: *Secular Ritual*. Amsterdam: Van Gorcum/Assen.

Ripp Zoltán (2006): *Rendszerváltás Magyarországon 1987–1990*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Romsics Ignác (2008): Identitáspolitika és történelem. In: *Történelem, történetírás, hagyomány. Tanulmányok és cikkek 2002–2008*. Budapest: Osiris Kiadó.

Romsics Ignác (2003): *Volt egyszer egy rendszerváltás*. Budapest: Rubicon-könyvek.

Sipos Levente (2008): Agrárpolitika – agrárválság az 1990-es években. In: Majtényi György & Szabó Csaba (szerk.): *Rendszerváltás és Kádár-korszak*. Budapest: Kossuth Kiadó.

Szabó Márton (1998): A rendszerváltozás szemantikája és szimbolikája. Elemzések a politika nyelvi és szimbolikus küzdelmeiről. In Szabó Márton: *Diszkurzív térben. Tanulmányok a politika nyelvéről és a politikai tudásról*. Budapest: Scientia Humana.

Szabó Miklós (1983): Magyar nemzetfelfogások a 20. század első felében. *Mozgó Világ* 4. sz.

Tomka Miklós (2008): A vallásosság mint az elitbe kerülés ellenpólusa a Kádár-korszakban. In: Majtényi György & Szabó Csaba (szerk.): *Rendszerváltás és Kádár-korszak*. Budapest: Kossuth Kiadó.

Vásárhelyi Mária (2007): Magyarország Európa szívében? In: Vásárhelyi Mária: *Csalóka emlékezet. A 20. század történelme a magyar közgondolkodásban*. Pozsony: Kalligram Könyvkiadó.

Vitányi Iván (1986): *Az „Európa-paradigma”*. Budapest: Magvető Kiadó.

Wéber Attila (1996): *A Fidesz-jelenség*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Lábjegyzetek

240

A választási kampányplakátokról lásd még Bodoky Tamás „Többet retusálunk, mint négy éve” című írását lapunk 2006. nyári számában – a szerk.

241

A politikai kommunikáció rituális aspektusáról lásd még Gyórfy Gábor „Rituális elemek a romániai államszocialista sajtópropagandában” és Bajomi-Lázár Péter „A politikai propagandától a politikai marketingig” című írását lapunk 2009. nyári számában – a szerk.

242

A dráma nem az egyetlen műfaj, amelyhez hasonlították a társadalmi cselekvést. Alexander a *romance* műfaját hozza fel példának, amelyben szerepel egy hős, egy antihős, a cselekmény pedig a hős győzelmével fejeződik be. Szerinte a hőst párhuzamba lehet hozni a szent kategóriájával, az antihőst pedig a profánnal (Alexander & Jacobs, 1998: 31).

243

Nagy érzelmi töltettel rendelkezik, a közösség belső viszonyait teremti újjá azáltal, hogy a káoszból rendet teremt és megerősíti a politikai folyamatok közvetlen befolyásolhatóságába vetett hitet, valamint megteremti a közösség érzését is. Egy ilyen közös cselekvésben való részvétel a szolidaritást is növeli, a választásban való részvétel a demokrácia egyik elemeként kifejezi az új rendszer társadalmi támogatottságát.

244

Az elemzés során a plakátokat a megjelenő képi elemek, szimbólumok szerint csoportosítottam, az utolsó két csoport pedig két pártnak feleltethető meg. A plakátok a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár plakátgyűjteményében találhatóak meg.

245

Magyarországot gyakran a kelet-közép-európai államok csoportjába sorolják. Ennek a területnek a meghatározása homályos, nem földrajzi értelemben olyan népeket, államokat foglalhat magában, amelyek kötődnek a latin katolikus tradícióhoz, érte őket történelmük során német kulturális hatás, kapcsolatban álltak

a Habsburg Birodalommal (Bariska, é. n.: 219–220).

246

Eszerint a demokratikus államokban az állampolgárok jellemzője az aktivitás, az autonómia, az önálló döntések meghozatala, kapcsolataik nyitottak, nem titkosak, a tekintéllyel szemben kritikusak, az intézmények pedig nem önkényesek, törvények irányítanak, jogilag egyenlőség van, a rendszer nem kivételező. Alexander az általa felállított kétpólusú rendszert a társadalmon belüli megítélésre alkalmazta, azonban ezt a nyugat- és kelet-európai berendezkedésre is vonatkoztathatjuk (Alexander, 1992: 290–294).

247

Az Európával kapcsolatos felmérések is ezt az ellentétességet mutatják. A közvélemény-kutatásokban a megkérdezettek négyötöde gondolta úgy, hogy Magyarország Európa része, 50 százalékuk szerint a magyar kultúra gyökereit egyértelműen Európában kell keresni. Ezzel szemben azonban közel 50 százalék azok aránya, akik egyetértenek vagy részben egyetértenek azzal, hogy Magyarországnak az lenne a legjobb, ha nem csatlakozna semmilyen szövetséghez. Még ennél is többen vannak azok, akik szerint Európa mindig cserbenhagyta Magyarországot. Ezekből az adatokból is látszik, milyen ambivalens viszony fűzi a magyar társadalmat Európához (Vásárhelyi, 2007: 53).

248

A történelmi nemzetnek a középkor óta megszakítatlan államisága van, ez jelenti a nemzetiségekkel szembeni „fölény” alapját.

249

Az 1960-as évektől kezdve korlátozott mértékben nőtt azoknak a száma, akik kimehettek külföldre, 1982-től kezdve egyszer egy évben lehetett nyugati országba utazni (Romsics, 2003: 20).

250

Ez a jelmondat volt az FKG által szervezett, 1990. január 31-ei tüntetés fő jelszava is.

251

Érdeemes megfigyelni azt is, hogy ezen a plakáton a gyerekek képe nem idealizált, hanem valóságosabb, mint a többi párt plakátjain (például MDF: *Jöjjön el a te országod*). Így itt a magyar jövő problémája égetőbbé, életszerűbbé válik. Paul Messaris a fényképek ezen tulajdonságát a fotó indexikusságának nevezi abban az értelemben, hogy a kép egyfajta bizonyítékként szolgál a valósággal kapcsolatban (Messaris, 1996: XVI).

252

A Kossuth-címert az 1849. április 14-ei Függetlenségi Nyilatkozat tette hivatalos címerré, később az 1918 novemberében kikiáltott köztársaság jelképe lett, 1956-ban pedig újra visszatért (Laszlovszky, 1989: 34–38).

253

A vallásosság esetében nem szekuláris, hanem vallásos rítusokról beszélhetünk. Ezek ugyanúgy fenntartják és megerősítik a szolidaritást a csoporttal, és egy közösséget hoznak létre.

254

A bűnbakképzést Vásárhelyi Mária a történelmi eseményekkel és tragédiákkal kapcsolatban többféleképpen értelmezi. Először is egy bűnbak kijelölésével egyszerű választ lehet adni egy bonyolult eseményre, másodszor a nemzetet ezáltal meg lehet kímélni a múlttal való szembenézéstől, harmadszor pedig megoldódik a felelősség kérdése (Vásárhelyi, 2007: 47).

255

A vörös csillag széttörése mágikus értelemmel is bírhat, pontosabban a homeopátiás mágia körébe tartozik. A mágiának ez az ága a hasonlóság elvén működik, a leggyakoribb megjelenési módja az, amikor az ellenség képmását semmisítik meg, és ezáltal magát az ellenséget akarják elpusztítani (Frazer, 1998: 23).

256

Képileg zavaró, hogy a régi fotón egy búzamező látható, míg a színes képen kukoricamező. Az sem egészen értelmezhető, hogy a fénykép miért vet árnyékot: ezzel talán valamennyire térbe helyezi a képet, esetleg súlyt ad neki.

257

Ez az eisensteini montázs egyik példája: két ellentétes képet helyeznek egymás mellé, és ezeknek szintéziseként létrejön egy új jelentés. Messaris szerint az ilyen ellentétes, váratlan mellérendelésekkel lesz a néző a legaktívabb (Messaris, 1996: 171). Az aktív részvétel nagyban megnöveli a plakát hatékonyságát, a szimbólumok értelmezését, egyáltalán észrevételét, és így egyben a rítusban való részvétel is aktívabbá válik.



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](#)

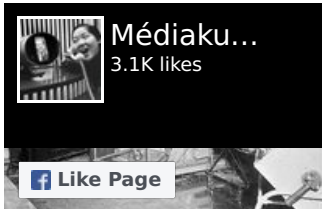
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2009 ősz

Politikai kommunikáció

[Tóth Anett:](#)

A 2008-as amerikai elnökválasztás és a YouTube

Az 1990-es évek közepétől, amióta az amerikai elnökjelöltek először megjelentek a weben, az internet folyamatosan újabb és újabb lehetőségeket, módszereket nyújt a politikai szereplők számára, hogy eljuttathassák üzeneteiket a választókhöz. Valószínűleg ez lehet az oka, hogy azóta minden elnökválasztási kampányt „az első igazi internetes kampánynak” kiáltanak ki. Ugyanez, ugyanígy elmondható a 2008-as elnökválasztásról is. Jelentőségében ez azonban mégis megelőzi az eddigieket, egészen egyszerűen azért, mert az amerikai lakosság immár több mint 70 százalékának van internetes hozzáférése, és jelentős hányaduk aktívan részt is vesz a politikai folyamatokban. Az írás a legújabb technológiára-technológiai csatornára, a YouTube-ra koncentrálna, annak is a politikai kommunikációban betöltött szerepére. Ez legjobban az azon megjelent politikai hirdetések keresztül elemezhető.¹

1. A posztmodern politikai kommunikáció

Tanulmányok sokasága született már az internet hatásairól és a posztmodern politikai hirdetésekről, ám ezek – figyelembe véve a médium gyors és dinamikus fejlődését – folyamatos újragondolásra szorulnak. A korábbi amerikai választásokról szóló elemzésekben például csak a hagyományos hirdetések hatásait vizsgálták új és régi kommunikációs környezetben (Kaid & Postelnicu, 2005), azaz még nem tettek – nem tehettek – különbséget televíziós, illetve kifejezetten az internetre gyártott, úgynevezett *web-only* hirdetések között. Máskor pedig a vizsgálatok a weboldalakra korlátozódtak (Bimber & Davis, 2002). Elemzésem tárgyául éppen ezért választottam az azóta már elnök és „High-Tech President”-ként vagy „YouTube President”-ként is aposztrofált Obama videóit.

Mivel a YouTube egy közösségi videomegosztó portál, elemzése során fontos szerep jut a felhasználóknak, esetünkben a választóknak, különösen a választói visszacsatolásnak. Elemzések bizonyítják ugyanis, hogy az emberek egyre több korcsoportja fordul az internethez politikai információkért. Lehet, hogy a politikai hirdetések manapság már nem is olyan „népszerűtlenek, unalmasak vagy elkedvetlenítők” (Scammel & Langer, 2006)? Végezetül mindezt egy konkrét példán keresztül szeretném láttatni, nevezetesen a „Yes We Can”-videón keresztül, amely meghatározó része volt az elnökválasztásnak és Obama imázsának, habár nem hivatalos kampányanyagról, hanem egy választói videóról volt szó.

Jay G. Blumler és Dennis Kavanagh „A politikai kommunikáció harmadik korszaka” című tanulmányában, azokat a kulcsfontosságú változásokat írja le a társadalomban és a médiában, amelyek a háború után számos demokráciában átalakították a politikai kommunikációt. A szerzők alapvetően három korszakot különböztetnek meg:

Az első, a „pártok aranykoraként” fémjelzett időszak az 1940-es és az 1950-es évekre tehető. Jellemzője a választók egyes pártokhoz való erős kötődése. A politikai üzenetekben ennek megfelelően a politikusok jól elkülöníthetően pozicionálják magukat az ellenféllel szemben, érdemi elvi, politikai kérdéseket állítva a középpontba.

Ez a párthűség az 1960-as években az új médium, a televízió színrelépésével megrendült. A politikai kommunikáció így kezdődő második korszaka ennek a médiumnak jegyeit viseli magán. Egyre inkább a pártatlanság, a semlegesség jegyében szerveződnek a politikai eseményekről szóló híradások, az eltérő véleményekkel való találkozás miatt kevésbé vannak kitéve a polgárok a pártpropagandának. A politikusoknak új trükköket kell megtanulniuk, hogy hatni tudjanak az új kommunikációs környezetben.

A harmadik korszak legfőbb jellemzője a médiumok megsokszorozódása, aminek következtében a politikai üzenetek számos csatornán keresztül érnek el a választókhöz. Ez az 1990-es évek elejétől kiegészül a választási kampányok történetében fokozatosan egyre nagyobb jelentőségű internettel is, amely a politikusoknak újabb és újabb lehetőséget kínál, hogy megszólítsák, illetve mobilizálják a választókat. Akár a politika aranykorát, a közvetlen demokrácia eljövételét, akár a politikai polarizálódást jelenti az internet (Cornfield & Rainie, 2006), egyre nagyobb szerepét nem lehet figyelmen kívül hagyni.

A politikai kommunikáció harmadik korszaka több, egymással szoros összefüggésben álló trend eredménye: a professzionális tanácsadók szerepe megerősödött a politikában, a megsokszorozódott kommunikációs csatornákon fokozottabb lesz a versengés az emberek figyelméért, ami centrifugális megosztottságot eredményez. Teret nyer továbbá az antielitizmus, a populizmus, és a megváltozik a mód, ahogy az emberek a politikai üzenetekhez jutnak (Blumler & Kavanagh, 1999). Ezek, mint látni fogjuk, még inkább megerősödtek az utóbbi években, de olyan elemekkel kiegészülve, amelyek a régi környezethez képest újak mondhatóak.²

1.1. Az internet térhódítása az amerikai választási kampányokban

Az internet használata a választási kampányokban 1992-ben kezdődött, amikor megjelentek a jelöltek első honlapjai (Turkheimer, 2008). Ezek szerepe akkor még nem volt jelentős, mivel a korlátozott internetes hozzáférés miatt kevés választóhoz vagy újságíróhoz értek el az információk, illetve, mert szóról szóra rakták fel a kampánybeszédeket, valamint néhány alapvető információt a kampánnyal kapcsolatban, ami csak néhány, a témában érdekelt számára volt releváns (Herrnson & Stokes-Brown & Hindman, 2007). A honlapoknak még nem volt semmiféle interaktív tartalmuk, és – bár e-mail listákat már ekkor is létrehoztak a választókkal történő „one-to-one” kommunikáció lehetősége érdekében – a kampányolás érdemi része továbbra is „offline” történt. Az 1998-as Jesse Ventura-kampányban használták először sikerrel és széles körben az e-mailt a választók megszólítására, mobilizálására (Gueorguieva, 2008). Hamar rájöttek, hogy az adománygyűjtés és az önkéntesek szervezése is hatékonyabb online módon. Az előbbi szerepe 1998 óta folyamatosan és drasztikusan növekszik: Howard Dean vagy John Kerry már több tízmillió dollárt gyűjtött ilyen módon. Az olyan oldalakkal, mint a helyi közösségeket összefogó internetes hálózat, a Meetup.com, önkéntesek ezreit toborozták (Herrnson et al., 2007).

2000-ben már 1140 jelöltnek volt weboldala, amelyen már egyre több, szélesebb körű információ is elérhető volt róluk (Herrnson et al., 2007). 2003–2004-ben az addig interaktív tartalmak közzétételétől idegenkedő weboldalak és politikusok felfedezték a blogok használatában rejlő lehetőségeket. Például Howard Dean kampányában a látogatók így már nemcsak adományozhattak vagy más önkéntesekkel létesíthettek kapcsolatot, szerveződhettek, hanem Dean blogját is olvashatták, és megjegyzéseket is fűzhetek hozzá (Anstead & Chadwick, 2007; The Economist, 2008c).

2006-ban a közösségi oldalak (Myspace, Facebook) és a YouTube megjelenésével újabb lehetőségek nyíltak meg a jelöltek előtt arra, hogy üzeneteiket továbbítsák a közönségnek (Cornfield & Rainie, 2006). Egyrészt azért, mert ezzel a fiatal választók jelentős része elérhető, másrészt, mert a jelöltek hivatalos oldalaival és a blogokkal szemben, amelyek csak azokat tudják megszólítani, akik amúgy is érdeklődnek a politika iránt, ezekkel az oldalakkal „elérhetsz egy olyan csoportot, amelyik nem feltétlenül jönne hozzád” (Jesdanun, 2007).³

Az Obama-kampány sikeresen használta ki és működtette az internet ezen lehetőségeit. A myBarackObama.com, az Obama önkéntesei számára létrehozott közösségi oldal például, több mint kétfélmillió önkéntes tagot számlál. Ez, kombinálva a gyűjtött adományok mennyiségével (Obamánál ez 600 millió dollár), eleve eltolja a jövő kampányait az internet felé.⁴

1.2. A szakértők növekvő szerepe

A politikai kommunikáció harmadik korszakának következő jellemzője a különböző hírcsatornákhöz és a differenciált közönséghez való hozzáférés módjait ismerő szakértőktől, politikai tanácsadóktól való függés. Akik ahhoz is értenek, hogy az üzenetet megfelelően interpretálják a médiában, és a támadásokat gyorsan ellenpontozzák. A YouTube az üzenetek befolyásolása területén – amellett, hogy megerősíti szerepüket – újabb kihívások elé állítja a kommunikációs szakértőket (Panagapoulos, 2007). Egyrészt azzal, hogy a politikusok döntéseit, megnyilvánulásait egyre gyorsabban és egyre több forrásból minősítik és elemzik, így a média, azaz „a sokfejű szörnyeteg egyre több száját kell etetni”. A felhasználók egyre nagyobb szerepet kapnak, az általuk feltöltött „privát kampányvideók” pedig hatalmas népszerűséget szerezhetnek, ráadásul ezeknek a politikusokról kialakított képre gyakorolt hatásait nem lehet előre megjósolni.⁵ A politikusoknak szembesülniük kell azzal is, hogy bármilyen megszólalásukat bármikor rögzíthetik (akár egy mobiltelefon kamerájával), ami azután könnyedén feltölthető a YouTube-ra. George Allen republikánus szenátor vereségét is ez okozta a 2006-os félidős kongresszusi választásokon. A kampányban az addig nagy esélyekkel induló szenátor demokrata kihívójának egyik segítőjére a „makákó” kifejezést használta egy beszédében, és az erősen pejoratív kifejezés használata miatt, illetve amiatt, mert ez rögtön felkerült a YouTube-ra, elveszítette esélyét a Fehér Házba való bekerülésre is. „Most a kampánycsapatok kettős pluszfeladata, hogy egyrészt elkerüljék az ehhez hasonló eseteket, közben pedig minél több elszólást próbáljanak megszerezni ellenfeleiktől.”⁶

1.3. Centrifugális megosztottság

A kommunikációs csatornák megsokszorozódása megosztottságot eredményez: az „univerzális”, a „központi” közönség megszűnését, illetve széttöredezését, különböző identitások és ízlések szerinti megosztását jelenti. Ennek megfelelően a politikai kommunikációs formák is diverzifikálódnak egyebek között a tömegmédiá-internet, a régi-új politikai újságírás, valamint a nemzeti-szubkulturális „törésvonalak” mentén. A tömegmédiá és az internet között azonban egyre kevésbé lehet különbséget tenni, legalábbis a közönség nagyságának szempontjából:

„Több ember nézte Sarah Palin *Saturday Night Live*-paródiáját élőben a Hulu-n, mint ugyanakkor a tévében. Obama videóit összesen egymilliárd percben nézték a YouTube-on, körülbelül minden amerikaiúra hét perc jut, ami pedig egyenlő 14 harminc másodperces televíziós hirdetéssel. Az internet tévévé vált” (Ruffini, 2008).⁷

Az persze igaz, hogy egyre több ember és egyre több korosztály használja az internetet információforrásként, ám a diverzifikáció továbbra is létezik. Egyrészt a magas internetellátottságú környezetben a közönség fragmentációja megmarad, hiszen nem lehet mindenkit ugyanazzal az üzenettel elérni. Másrészt a politikai hirdetési formák között is különbséget kell tenni televíziós, illetve internetes megjelenés alapján:

„A visszaöklendezett és újracsomagolt tévés hirdetések egyszerűen nem működnek olyan jól »az internetes közegben«, mint a hatékonyabb, hatásosabb webvideók” (Donahue, 2008).

1.4. Intenzívebb versengés

A megosztottság és a kommunikációs eszközök bővülése miatt elkerülhetetlenül megnőtt a versengés a közönség figyelméért. Mára nemcsak más kampányokkal, illetve a számtalan televíziós csatornával kell felvenni a versenyt, hanem más honlapokkal, internetes tartalmakkal is. Így

„...főszereplővé az válik, aki olyan tartalmat képes előállítani és elhelyezni a hálózatra, amely érdekességénél, hírértékénél fogva vonzza a hivatkozásokat, ezáltal válik hatásossá, éri el kommunikációs célját” (Kumin, 2005).

Emiatt az infotainment, illetve más műfaji hibridek egyre inkább elterjednek, az újságírás konvencionális normái – főleg a blogoszféra növekedésével – nagy nyomás alá kerülnek, ami a lassabb és józanabb ítéletalkotás rovására megy. Ugyanaz az információ több forrásból is eljuthat a befogadóhoz, sokkal komplexebb formákban, így a médiának nehezebb domináns értelmezési kereteket létrehozni. David D. Perlmutter ezt a korszakot IDS-korszaknak hívja. Ez az internet, interaktivitás, digitális és szatellit konvergenciáját jelenti, ami az információhoz való jutás merőben más és új módja a régihez képest. És egy olyan közeg megjelenését, amelyben „egy háborús tudósítás egyaránt származhat egy hagyományos külföldi tudósítótól vagy egy blogoló tengerészgyalogostól” (Perlmutter, 2008).

1.5. Antielitizmus és popularizmus

A média csatornáinak elburjánzása következtében felerősödik a befogadók antielitizmusa is, ami megváltoztatja a politikai szereplők és a nyilvánosság közötti kapcsolatot. A tradicionális médiával szemben a YouTube nem „push”, hanem „pull” médium: a médiafogyasztó saját útvonalon, saját motivációi szerint jár a tartalmak után, ezért még fontosabb, hogy miként lehet megragadni az emberek figyelmét. Azaz – mivel közelebb kell kerülni azokhoz a témákhoz, amelyeket az emberek érdekesnek és szórakoztatónak tartanak – a YouTube-os internetes videók esetében egyrészt a popkultúra minden eddiginél nagyobb bevonását jelenti a politikai üzenetekbe (Terry, 2008). Továbbá fontos lesz a használt nyelvezet, és fontosabbak az „átlagemberek” szájából elhangzó megjegyzések, hiszen nagyobb lesz a szerepük a politikai kommunikációban, amely már nem felülről irányított kommunikáció.

A 2007. júliusi CNN-YouTube elnökjelölti vita jó példa egyrészt a fentebb említettekre, másrészt arra, hogy egy technológiai médiumváltás esetében miképpen élhet tovább az egyik médium a másikban, és világosan leszűrhető, hogy melyek azok a tulajdonságok, amelyek „újja” teszik az új médiát. A vita során az internetezők a világ bármely pontjáról tehettek fel kérdéseket a YouTube-on keresztül, a közel 3000 beérkezett videóból pedig a CNN szerkesztői választották ki azt a harminckilencet, amelyre az elnökjelölteknek válaszolniuk kellett. A *Guardian* kolumnistájának elemzése szerint (Jarvis, 2007) azonban ez nem váltotta be teljesen a hozzá fűzött reményeket, amelyek szerint ez a megoldás nagy lépés a részt vevő demokrácia irányába, ahol az emberek közvetlenül kommunikálhatnak a jelöltekkel. Egyrészt a továbbra is jelenlévő szerkesztői szelekció miatt: Jarvis szerint a CNN egyoldalúan (nevezetesen vélt népszerűségük alapján) válogatta ki a kérdéseket, és nem adta meg azt a lehetőséget, hogy az emberek kiválasszák, mit tartanak fontosnak. Másrészt a politikusok továbbra is a nagy kameráknak megfelelően viselkedtek: a kérdésekre az előre megírt sablonválaszokban feleltek, ahelyett, hogy a beérkezett videók közvetlenségéhez, jellegzetességeihez igazították volna stílusukat. A vita gyengeségét tehát pontosan a tradicionális média jellemzői eredményezték. A hagyományos kampánytechnikák tehát nem életképesek az új média közegében, a jelölteknek másfajta politikai kommunikációval kell élniük. Ahogy Kumin Ferenc fogalmaz: a televízió „termékélet-ciklusának utolsó szakaszához jutott”. Továbbra is jelentős hatalma marad, de megkezdődik a nyitás „valamilyen alapvetően új, helyettesítő termék irányába” (Kumin, 2005: 119).⁸

1.6. A politika megváltozott fogadtatása

A médiabővítéssel és a politikai kommunikáció más „anyagokkal” való keveredésével, illetve a politikának csupán részleteiben, más-más kontextusokban való felbukkanásával megváltozik a mód, ahogyan a közönség a politikai üzeneteket kapja. Mindez pozitívan vagy negatívan, de alapjaiban befolyásolja a politikusokat és a választókat, illetve a közöttük lévő viszonyt is.

2. A YouTube-választás

A legutóbbi amerikai elnökválasztási kampány talán legizgalmasabb sajátossága az volt, hogy „maguk a választók is önkéntes propagandistákká léptek elő” (Merkovity, 2009: 4). A közösségi, illetve a közös cselekvést ösztönző honlapok szerepének növekedésével, illetve az általam vizsgált „házi videókkal” számos olyan új elem került a politikai kommunikációba, amely mind a választóknál, mind a politikusoknál érdekes változásoknak lett az elindítója.

2.1. Választók

A választóknál megfigyelhető változások főleg az internethasználat új irányai, a Web 2.0 következtében mutatnak újdonságokat. Egyre inkább a felhasználók által generált és továbbított tartalmak a hangsúlyosak, akik olyan könnyedén hoznak létre tartalmakat, amilyen könnyedén fogyasztják azokat (Boutin, 2006; Turkheimer, 2008). A felhasználók tehát nem pusztán fogyasztók, hanem aktív résztvevők a tartalmak létrehozásában. A legvonzóbb így ezekben a szolgáltatásokban, hogy „egyszerű a használatuk és nem mondják meg, hogy mit tegyél” (Boutin, 2006), továbbá az átlagos felhasználóknak ez nagyobb fokú részvételt és összekapcsolódási lehetőséget biztosít. És pont ezek az új minőségek motiválhatják a polgárokat abban, hogy minél inkább részt vegyenek a politikai döntéshozatal folyamatában.

2.1.1. Professzionális szűrő helyett szociális szűrő

Az új média talán legfontosabb újdonsága a szerkesztői szelekció és tömörítés megszűnése. Az IDS-korszakban az információ több forrásból is származhat, megadva azt a lehetőséget, hogy az emberek válasszanak, vagy akár közvetlenül a valós forrásból értesüljenek az eseményekről, és figyelmen kívül hagyják az újságírók ált kínált elemző kontextusokat. Obama egy márciusi beszédénél például azok a Facebookon közzétett linkek, amelyek közvetlenül a beszéd lejegyzett változatához és videójához vezettek, sokkal nagyobb nézettségűek, olvasottságúak voltak, mint a *New York Times* weboldalán azok a cikkek, amelyeket magáról a beszédről írtak (Stelter, 2008). Azaz a televízió és az újságok szelekciója helyett a közösségi oldalakon közzétett bejegyzések, e-mailek és más úton történő hivatkozások a minket érdeklő tartalmakhoz vezethetnek, közvetlenül akár a forráshoz. Ez az, amit Stelter a professzionális szűrő szociális szűrővel való felváltásának nevez. A média napirend-meghatározó szerepe tehát háttérbe szorul, az új média polgárai, a „netizenek” felelősségvállalása pedig drámaian megnő. Már nem a média szabja meg a témákat, amelyekről a befogadóknak gondolkodniuk „kell”, hanem a felhasználók fogják „megmondani” a médiának, hogy melyek azok a témák, amelyekről ők gondolkodni akarnak. A média napirendje helyett a közvélemény napirend-meghatározó szerepe lesz hangsúlyos.

2.1.2. A politikai részvétel növekedése

Az utóbbi években a választásokat Amerikában és Európa-szerte is a cinizmus, az állampolgári közöny és a csökkenő részvételi arány jellemezte. Az 1960 óta megfigyelhető a szavazói részvétel csökkenéséért sokan a kommunikációs eszközöket, illetve a mediatizált politikai kommunikációt okolták (Norris, 2001: 1). Utóbbi sokak szemében most bűnbakból megváltóvá lett, mondván: ugrásszerűen megnőtt a részvételi arány és az internet használata a politikai információszerzésben. Az amerikaiak csaknem fele (46 százalék) követte és aktívan részt is vett a kampány történéseiben, 35 százalékuk nézett politikai videókat; ez az arány 2004-ben 13 százalék volt csupán (Rainie & Smith, 2008). A mostanihoz hasonló, 65 százalékos részvételi arányt pedig 1908 óta nem mértek.

Ez magyarázható lenne azzal a már említett ténnyel, hogy a szociális közösségi oldalak minden eddiginél több fiatal (18–24 évesek) tudnak elérni és mozgósítani, akik eddig politikailag inaktívak voltak. Eszerint a részvételi arány leginkább az ő részvételüknek köszönhető. A comScore Media Metrix, az eMarketer és a Nielsen/Netratings 2006-os, különböző módszertanokkal készült felmérései azonban azt mutatják, hogy a MySpace és a Facebook látogatóinak jelentős része a 35–64 közötti korosztályba tartozik. Ez a YouTube esetében 54,5 százalék volt.⁹ 2008-ra a legradikálisabb növekedés éppen az 55 éven felülieknél tapasztalható.¹⁰ Ez pedig pont az a korcsoport, amelyik a televíziós hirdetőik alapvető bázisa és célcsoportja.

Norris elmélete szerint a hírmédia fogyasztása pozitív hatással van a politikai tudásra, bizalomra és mozgósításra: minél jobban követjük a közügyeket a sajtóban, annál inkább nő az érdeklődésünk és a tudásunk is ezzel kapcsolatban. Ez pedig elősegíti a politikai részvételt (Norris, 2001: 4). A Web 2.0-nél azonban jogosan felvethető, hogy valószínűleg azok az emberek kutatnak az interneten is politikai információk után, akiket már eleve érdekelt a politika. Ezek az előzetesen meglévő hajlamok pedig a tradicionális médiafogyasztási szokásokban is jelen vannak. A YouTube szempontjából az a fontos különbség, hogy ott nagyobb és könnyebb a hozzáférés az információkhoz a különböző hivatkozások, linkek segítségével, és így sokkal egyszerűbben szerezhethetünk komplexebb és nagyobb tudást a jelöltekről, mint a hagyományos médiából. És ez az, ami jelentős változás az eddigiekhez képest.

Ami a hirdetésekkel illeti, szerepük a figyelemfelkeltés, illetve, hogy minél több ember megossza másokkal (szimplán egy hivatkozás megadásával) az általa érdekesnek, viccesnek talált tartalmat. Am egy YouTube-os videótól ugyanilyen egyszerűen el lehet jutni például a jelöltek honlapjára, a fontosabb politikai beszédekhez, amelyek már lényegibb információkat is tartalmaznak a jelöltekről, illetve a politikai programjukról. Ebből a szempontból releváns azon felmérési eredmény is, amely kimutatta, hogy az internetezők 52 százaléka jutott valamilyen politikai, kampánnyal kapcsolatos információhoz véletlenül.¹¹ Hogy egy videótól hányan navigálnak tovább hivatalos politikai oldalakra, arról nincsen adat, ám az bizonyos, hogy a fentebb említett tények miatt bővíthet a politika iránt érdeklődő emberek, illetve az ezzel kapcsolatos híreket fogyasztók száma, amivel „visszatértünk” Norris kiinduló tételéhez. Ugyanakkor Papacharissi szerint (2003: 3) az információhoz való hozzáférés az állampolgárokat nem teszi szükségszerűen tájékozottabbá, és ezek az állampolgárok nem feltétlenül mutatnak nagyobb politikai aktivitást. Mindenesetre napjainkban egyre több ember vehet részt politikai vitákban (akár egy videó feltöltésével vagy egy ahhoz fűzött megjegyzéssel), aminek eredményeként olyan témák és nézőpontok is nyilvánosságra kerülhetnek, amelyek hagyományos módon nem. Továbbá egyre többen kereshetik vissza és elemezhetik a jelöltek beszédeit, a több forrásból érkező információknak köszönhetően összetettebb képet alakíthatnak ki a jelöltekről, és a politikai visszacsatolás lehetőségei is jelentősen bővülnek (Dányi, 2002: 2). A politikai közösség tagjai tehát maguk döntenek el, hogy mi hitelt érdemlő vagy értékes, és mi nem. És választhatnak is: vagy a hagyományos szerkesztőkre vagy az általuk kiépített szociális hálóra bízzák magukat.

„A régi médiamodell azt jelentette, hogy az igazságnak egy forrása van. Az új média ezzel szemben az igazság számtalan forrását kínálja, amelyek közül mi fogunk választani” (The Economist, 2008a).

Fontos továbbá, hogy az állampolgárok minden eddigénél jobban a politikai döntéshozatal részeseivé válhatnak, és relatíve ismeretlen jelöltek juttathatnak be a Fehér Házba (Obama), de ugyanígy a bukásban is szerepük van (George Allen). A felhasználók a kampány alatt megszokott interakciót továbbra is igénylik, és emiatt az online közösségek ugyanúgy működnek az elnökké választás után, mint a választások alatt (Merkovity, 2009: 6).¹²

2.2. YouTube-politikusok

Obama elsőprő győzelme miatt nehéz megmondani, hogy azok, akik eredetileg nem őt támogatták, a kampánya után/hatására milyen arányban szavaztak rá, és ebben mennyire játszott közre az internetes imázsa. Emiatt nem is keresnek kapcsolatot a kettő között. Inkább azt tartom érdekesnek, *ahogyan* Obama kilépett a régi kommunikációs rendszerből, és a kornak megfelelő környezetben kezdett kommunikálni a választókkal. A másik, amit a továbbiakban vizsgálni fogok az, hogy miként, milyen eszközökkel tette, illetve, a fellépése milyen hatással lehet a jövő politikusaira.

2.2.1. Állandó felügyelet

A YouTube jellegzetessége, hogy – mivel bármikor lencsevégre kaphatók – a politikusok cselekedetei bármikor és könnyedén feltölthetőek az internetre. Ez érdekes hatással lehet például a politikai diskurzusra, hiszen emiatt a politikusoknak és beszédeknek már az első naptól fogva „tökéletesnek” kell lenniük: nem kísérletezhetnek az üzenetekkel, nem tehetnek semmissé megtörtént dolgokat. Matthew Dowd, Bush egykori stratégiája szerint

„70 vagy 80 évvel ezelőtt egy politikus tarthatott egy beszédet DesMoines-ben, tesztelhette néhány ötletét, finomíthatott rajta, a reakciók fényében újra előadhatta, és tovább csiszolhatta rajta Milwaukee-ban” (Lizza, 2006).

Most azonban azonnali felhasználói visszacsatolásban van részük. Az üzeneteknek és az esetleges bakiknak nyomuk marad: visszakereshetők, új kontextusba helyezhetők, bármilyen más tartalommal társíthatók. Emiatt a nem várt eseményeket nehéz pozitív előjelűvé változtatni.

Mindezek következtében egy új taggal bővült a kampánystáb: a „felvevővel” (*tracker*, lásd (Turkheimer, 2008), akinek a feladata követni az ellenfelet, és felvenni mindazt, amit tesz vagy mond, annak reményében, hogy azt majd az ő kárára és a maguk hasznára fordíthatják. Egyes politikai elemzők azt állítják, hogy a politikusok „YouTube-izációja” következtében megszűnik a fellépéseik mesterkéltége, ami autenticitást és nyíltságot hoz a politikai diskurzusra (tudván, hogy majdnem lehetetlen takargatni bármit is). Mások ezzel szemben a politika ellaposodását, unalmasságát és a spontaneitás halálát jövendölik (Lizza, 2006).

2.2.2. Kampányfinanszírozás

A politikusoknál a pénz mindig alapvető szerepet játszott a kampány során. Az amerikai politikusok sikere jelentős részben azon múlik, hogy mennyi adományt tudnak összegyűjteni. Az internet adománygyűjtésben játszott sikerein túl a YouTube még egy jelentős újdonság miatt fontos a kampányköltségek szempontjából: felhasználásával a politikai üzenetek csekély költségekkel több millió embernek juttathatók el.

Mint ismert, John F. Kennedy 1960-as elnökválasztási kampánya óta egyre nagyobb szerephez jutott a tévében való megjelenés, illetve a megjelenés milyensége, ami az ezzel járó költségek emelkedését eredményezte. A YouTube megjelenésével azonban ez megváltozott. Ahogy Joe Trippi, John Edwards tanácsadója mondta: „A kampány hivatalos anyagát, amelyet a YouTube-ra készítettek, összesen 14,5 millió órában nézték meg. Ahhoz, hogy 14,5 millió órát megvegyenek a tévében, 47 millió dollár kell” (Miller, 2008).

Ráadásul a YouTube azoknak az addig ismeretlen jelölteknek is platformot nyújt, akiknek nincs a legjobban „elersztett” aspiránsokéhoz mérhető pénzügyi bázisa (lásd Howard Dean kampányát vagy éppen Obamát) (Heldman, 2008).

Ennek ellenére a legutóbbi elnökválasztási kampány költségei nem voltak alacsonyok, ami a televízió továbbra is domináns szerepével magyarázható. Továbbá a – számban és jelentőségében is – megnövekedett stáb is komoly összegeket emésztett fel. Ám ez nem jelenti azt, hogy a jövő kampányai ne lehetnének függetlenek például a nagy adományozóktól (The Economist, 2008b). Kifizetődő taktika lehet egyebek között az, amelyet McCain próbált alkalmazni: a provokatív videókat a honlapjára tölthette fel, abban a reményben, hogy a média fősodra is átveszi és elkezd sugározni azokat, ami számára nem kerül semmibe (The Economist, 2008d).

2.2.3. A megszólalási idő növekedése

A horribilis költségek miatt behatárolt a megszólalási idő is – Amerikában a televíziós hirdetések általános esetben nem haladják meg a 30 másodpercet. Ezzel szemben a politikusok – minimális összegekért – annyi percet tölthetnek fel a YouTube-ra, amennyit csak szeretnének – ám az már más kérdés, hogy hányan fogják megnézni. A YouTube-ban rejlő újdonság éppen az, hogy nem ugyanazt nyújtja, mint egy televíziós archívum: az ide feltöltött videók maximum tíz perc után „meghalnak”. (Sőt a Tubemogul.com kutatásai szerint a nézők 89,61 százaléka átlagosan csak tíz másodpercet néz meg egy videóból.¹³) A felhasználók elnavigálnak, mert esetleg más, érdekesebb hivatkozáson akad meg a szemük. A YouTube tehát „megszab” egy időkeretet, amelyen belül a

videóknak hatniuk kell. Megfelelően figyelemfelkeltőnek kell lenniük, hogy utána szélesebb körben terjesszék őket. A megszólalási idő tehát növekedhet, de a felhasználók nem feltétlenül akarják pusztán a televíziós hirdetések online változatait szemlélni, hiszen ezt megtehetnék egy televíziós archívumban is. (A YouTube-on ugyanakkor Obama 37 perces,¹⁴ illetve majdnem egyórás beszédei is megtalálhatók, és ezeket rendkívül sokan keresték fel. Erre viszont magyarázatot ad a Tubemogul.com kutatásainak eredménye: a YouTube – egy évvel korábbi gyakorlatával ellentétben – immár azokat a nézőket is nézettségnek számolja, akik csak beletekintettek a videóba.)

A lényegi változás tehát a politikai kommunikáció második korszakához képest a következő. A televíziós hirdetések arra kényszerítették a jelölteket, hogy üzeneteiket egy 30 másodperces „spot”-ba szorítsák, így a politikusok egyre inkább reklámszerűre alakították a hirdetéseiket. Am 30 másodpercben nehéz hatni az érzelmekre és használható politikai információkat is adni. Ezen a téren (is) hozott új reményeket az internet.

2.2.4. A hagyományos média szűrőinek megszűnése

A szerkesztői szelekció megszűnése a választók szempontjából is hangsúlyos jelenség volt, és a politikusok számára szintén lényegi változást hozott. Emiatt egyrészt élesebb, a választók kisebb és marginálisabb csoportjainak szóló üzeneteket is a média napirendjére lehet tűzni. Másrészt, bár a politikai hirdetések a politikusok által leginkább kontrollált megjelenési formák közé tartoznak, az üzenetek jellegét az is meghatározta, hogy milyen környezetben jelennek meg. Most viszont az olyan megnyilatkozások, amelyek valaha az újság és a televízió értelmező kontextusában nyertek értelmet, ki vannak téve a pillanatnyi interpretációknak és asszociációknak, ráadásul minél többet fűznek megjegyzést egy eseményhez, annál bizonytalanabb lesz az értelmezési folyamat végkimenetele.

Mivel a politikai hirdetések célja elsősorban a választói részvétel növelése, de nem az informáláson keresztül (Scammel & Langer, 2006), ezért ezekben az érzelmi és szórakoztató elemekre kell helyezni a hangsúlyt. Ugyanakkor kockázatot jelent, hogy a szórakoztatásra való törekvés miatt a politikusok elveszítik hitelességüket, komolyságukat. Most azt lehet látni, főként Obama esetében, hogy a kellőképpen aktuális és szórakoztató tartalom létrehozását saját készítésű kampányvideóikkal az „átlagemberek” végzik el. A politikusoknak csak megfelelően kell reflektálniuk ezekre, és gondoskodniuk kell arról, hogy az addicionális információk „kéznél” legyenek.

3. Yes We Can¹⁵

Az Obama támogatására készített „Yes We Can” című videóban (amely a legnépszerűbb videó volt Obamával kapcsolatban és talán az egész 2008-as választási kampányban) az új politikai kommunikáció számtalan sajátossága felfedezhető.

A videón nem a hivatalos kampány anyaga található, hanem egy választó által feltöltött zenei klip. Ennek ellenére majdhogynem a kampány és Obama imázsának legmeghatározóbb hirdetésévé vált, és McCain ellenhirdetéseinek is ez jelentette az alapját (The One,¹⁶ The Celeb),¹⁷ azaz markánsan befolyásolta a média napirendjét és narratíváját.

A videó alapja Obama New Hampshire-i beszéde, ennek szövegét vágták össze, és látták el zenei alappal (mindezt a népszerű hip-hop csapat, a The Black Eyed Peas tagjának előadásában), és egy „wecan08” nevű felhasználó töltötte fel. A videó napjaink hírességeinek egész sorát vonultatja fel (például John Legend, Herbie Hancock, Scarlett Johansson, Kate Walsh jelenik meg rajta). Kulturális referenciáival tehát a fiatal választókra apellál, ám ennél jóval szélesebb körben vált népszerűvé. Obama neve így összeforrott a népszerűséggel, a celebritással és a kortárs popkultúrával. A videó 2008. február 1-jén debütált az ABC-n, majd a producerek rögtön másnap feltették a YouTube-ra, és három napon belül már 50 megjegyzés kapcsolódott hozzá; rögtön másnap már 150 ezren látták, az első hónapban pedig közel öt és fél millióan (ez a szám kéziratom lezárásakor 17 millió, 88 000 kommenttel, 27 válaszvideóval). A videó popularitására csak ezután figyelt fel Obama kampánystábjá, és kezdte el maga is promotálni (Wallsten, 2008). Michelle Obama például a „Szuper kedd” estéjén a támogatóknak küldött e-mailjében ezt írta:

„Oszd meg ezt a támogatók által létrehozott videót barátaiddal, családtagjaiddal, munkatársakkal és bárki mással, aki hamarosan szavazni fog. Ez egy újabb mód arra, hogy segítsen beszélgetést kezdeményezni azokról a témákról, amelyek fontosak nekik ezen a választáson.”

Ezt követően (pár nap és pár százezer néző késéssel) már a sajtó és a televízió is felfigyelt a jelenségre, és elkezdett beszélni, cikkezni róla (Wallsten, 2008).

Azaz egy, a választók, az „átlagpolgárok” által generált tartalom zsongást (*buzz*) képes előidézni a médiában – és nemcsak az interneten, hiszen „átfolyik” a média főszórába is (ami jól mutatja a kettő konvergenciáját). A konkrét esetben adott egy szórakoztató tartalom, amelynek Obama csak alánya, nem létrehozója. Politikusi hitelességén tehát nem esett csorba azzal, hogy vállalta és felhasználta a videót, ráadásul mindenféle anyagi ráfordítás nélkül uralta a médianarratívát.

Az eset illusztrálja továbbá a megváltozott kommunikációs jellegzetességeket is. A választó és a jelölt között közvetlenebb kapcsolatot példázza Michelle Obama üzenete mint „one-to-one” kommunikáció, illetve példa az emberek közötti „many-to-many” típusú kommunikációra is, ami megnyilvánul a videóhoz fűzött kommentekben, a felhasználók által létrehozott válaszvideókban, és azok egymás közötti megosztásában.

4. Befejezés

A politikai kommunikációban bekövetkező változások leírására és összegzésére talán a legegyszerűbb mód az, ha Scammel és Langer példáját követve párhuzamot vonunk a reklámok és a politikai hirdetések között, mivel a technológiai médium váltása mindkét területen hasonló változásokat generált. Úgy tűnik, a politika merített a reklám tapasztalataiból, és egyre inkább felzárkózik annak gyakorlatához. A reklámok már az 1990-es években építettek a partner és a fogyasztó bevonására (Sas, 2006: 330–348), amire a politikában a modern technológiai eszközök adtak lehetőséget.¹⁸ Am arra, hogy „a legjobb reklámok a befogadók segítségével készülnek”, még csak mostanában kezdenek rájönni a politikai színtér szereplőit. Leginkább a reklámetérítés fogalmát tudjuk párhuzamba vonni mindezzel. A közönség *eltérítheti* a reklámot eredeti útjáról, a kampányok végeredménye pedig jelentősen függ a nézők reakciójától, akik a „márkákat” a maguk képére formálják. Nemcsak interaktív módon értelmezik, hanem felül is írják azokat, némelyiket kultikus magasságokba emelik; ezekből lesznek azután a „cool” márkák. Ilyen márka Obama is, hiszen a cool a „korábbi tekintéllyel szembe forduló, nagyon divatos, kritikus, ellenálló magatartás kifejezője, amely kétirányú egyidejű ítélet: megmutatja, mi a legfrissebb elismert, s időközben mi lett elutasított”.¹⁹ A korszerű marketing pedig „nemcsak eltűri, hanem kihasználja a befogadók alkotói energiáját”, amire iskolapélda Obama és a „Yes We Can” videó. A videót ugyanis – ha kellőképpen „provokatív, szertelen és humoros” – az emberek továbbítják, és megosztják egymás között a világháló segítségével, tartalma bekerül a közbeszédbe, és beindul a *zsongás*, amelyre ráerősít a média. Ezzel pedig „mágneses erő jön létre, amely felfelé rántja az emlékezeti görbét és, nagy valószínűséggel, azzal együtt a tetszési indexet is” (Sas, 2006: 344). Úgy tűnik tehát, hogy mindaz, ami a reklámok kampánystratégiájában gyümölcsöző, a politikai hirdetésekben is működik. A lényeg a hagyományos és az új kommunikációs környezet kihasználása. Hiszen a kreatív és a tárgyilagos reklám is egymásra van utalva, és a politikai hirdetésekben sem létezhet az internetes hirdetés a televíziós nélkül, ugyanis „az eredeti csak a szokványos, a szokványos csak az eredeti viszonyában működik”.

Irodalom

- Anstead, Nick & Chadwick, Andrew (2007) Parties, Election Campaigning and the Internet: Toward a Comparative Institutional Approach. (utolsó letöltés: 2009. március 22.) http://www.rhul.ac.uk/Politics-and-IR/About-Us/Chadwick/Pdf/Nick_Anstead_Andrew_Chadwick_Parties_Election_Campaigning_and_Internet.pdf
- Bimber, Bruce & Davis, Richard (2003) *Campaigning online: The Internet in U.S. elections*. New York: Oxford University Press.
- Blumler, Jay G. & Kavanagh, Dennis. (1999) The Third Age of Political Communication. *Political Communication*, 16. 209–230.
- Boutin, Paul (2006. április 28.) A grand unified theory of YouTube and MySpace: Point-and-click sites that don't tell you what to do. *Slate*. <http://www.slate.com/id/2140635/> (utolsó letöltés: 2009. március 22.).
- Cornfield, Michael & Rainie, Lee (2006) The impact of the Internet on politics. *Pew Research Center*. http://www.pewinternet.org/ppt/pip_internet_and_politics.pdf (utolsó letöltés: 2009. január 30.).
- Dányi Endre (2002) A faliújság visszaszól. Politikai kommunikáció és kampány az interneten. *Médiakutató*, nyár.
- Donahue, Brian (2008. július 8.) Web Video Didn't Kill the TV Star. *The Next Right*. <http://www.thenextright.com/brian-donahue/web-video-didnt-kill-the-tv-star> (Utolsó letöltés: 2009. március 22.).
- Gueorguieva, Vassia (2007) Voters, MySpace, and YouTube: The Impact of Alternative Communication Channels on the 2006 Election Cycle and Beyond. *Social Science Computer Review*, 26. sz. 288–00.
- Heldman, Caroline (2007) YouTube Nation. <http://www.apsanet.org/~lss/Newsletter/jan07/Heldman.pdf> (utolsó letöltés: 2009. január 30.).
- Herrnson, Paul S. & Stokes-Brown, Atiya Kai & Hindman, Matthew (2007) Campaign Politics and the Digital Divide. *Political Research Quarterly*, 60. sz. 31–42.
- Jarvis, Jeff (2007. július 30.) Puppets aside, YouTube is the best forum for debate. *The Guardian*. <http://www.guardian.co.uk/media/2007/jul/30/mondaymediasection.digitalmedia> (utolsó letöltés: 2009. január 25.).
- Jesdanun, Anick (2006. augusztus 17.) Political candidates seek youths at MySpace, YouTube. *USA Today*. http://www.usatoday.com/tech/news/techpolicy/2006-08-17-politicians-myspace_x.htm?csp=34 (utolsó letöltés: 2009. január 25.).
- Kaid, Lynda Lee (2003) Effects of Political Information in the 2000 Presidential Campaign: Comparing Traditional Television and Internet Exposure. *American Behavioral Scientist*, 46. sz. 677–691.
- Kaid, Lynda Lee & Postelnicu, Monica (2005) Political Advertising in the 2004 Election: Comparison of Traditional Television and Internet Messages. *American Behavioral Scientist*, 49. sz. 265–278.
- Kumin Ferenc (2005) Gondolatok média és politikai kommunikáció kölcsönhatásáról. *Politikatudományi szemle*, 1. sz.
- Lizza, Ryan (2006. augusztus 20.) The YouTube election. *The New York Times*. http://www.nytimes.com/2006/08/20/weekinreview/20lizza.html?_r=1&pagewanted=2&ref=weekinreview (utolsó letöltés: 2009. január 30.)

Merkovity Norbert (2009) Barack Obama elnöki kampányának sajátosságai. *Médiakutató*, tavasz.

Miller, Clarie Cain (2008. november 7.) How Obama's Internet Campaign Changed Politics. *The New York Times*. <http://bits.blogs.nytimes.com/2008/11/07/how-obamas-internet-campaign-changed-politics/?scp=6&sq=obama%20youtube&st=cse> (utolsó letöltés: 2009. január 30.).

Norris, Pippa (2001). Angyali kör? A politikai kommunikáció hatása a posztindusztriális demokráciákra. *Médiakutató*, ősz.

Panagopoulos, Costas (2007) Technology and the transformation of Political Campaign Communications. *Social Science Computer Review* 25. 423-424.

Papacharissi, Zizi (2003) A virtuális szféra. *Médiakutató*, tavasz.

Perlmutter, David D. (2008) Political Blogging and Campaign 2008: A Roundtable. *The International Journal of Press/Politics*. 13. sz. 160-170.

Rainie, Lee & Smith, Aaron (2008) The Internet and the 2008 Election. *Pew Research Center*. <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Internet-and-the-2008-Election.aspx> (utolsó letöltés: 2009. január 30.).

Ruffini, Patrick (2008). Why Do TV Ads Suck So Much Compared to Web Video? *The Next Right*. <http://www.thenextright.com/patrick-ruffini/why-do-tv-ads-suck-so-much-compared-to-web-video> (utolsó letöltés: 2009. március 22.).

Sas István (2006). Reklám és pszichológia. Budapest: Kommunikációs és Akadémiai könyvtár.

Scammel, Margaret & Langer, Ana I. (2006). Political Advertising: why is it so boring? *Media, Culture & Society*. 11. sz. 763-784.

Stelter, Brian (2008. március 27.). Finding Political News Online, the Young Pass It On. *The New York Times*. http://www.nytimes.com/2008/03/27/us/politics/27voters.html?_r=2&ref=todayspaper&oref=slogin (utolsó letöltés: 2009. március 30.).

The Economist (2008a) Among the Audience. *The Economist*. http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?STORY_ID=6794156 (utolsó letöltés: 2009. március 22.).

The Economist. (2008b) In Cash We Trust. *The Economist*. http://www.economist.com/world/unitedstates/displaystory.cfm?story_id=11397327 (utolsó letöltés: 2009. március 30.).

The Economist. (2008c) Flickring here, Twittering there. *The Economist*. http://www.economist.com/world/unitedstates/displaystory.cfm?story_id=11920873 (utolsó letöltés: 2009. január 15.).

The Economist (2008d) Full of Sound and Fury. *The Economist*. http://www.economist.com/world/unitedstates/displaystory.cfm?story_id=12432384 (utolsó letöltés: 2009. március 22.).

Turkheimer, Margot (2008). A YouTube Moment in Politics. <http://departments.oxy.edu/uepi/uep/studentwork/07comps/Turkheimer-Comps.pdf> (utolsó letöltés: 2009. január 22.).

Wallsten, Kevin (2008). „Yes We Can”: How Online Viewership, Blog Discussion and Mainstream Media Coverage Produced a Viral Video Phenomenon. <http://youtubeandthe2008election.jitp2.net/paperhome/kwallsten> (utolsó letöltés: 2009. január 30.).

Lábjegyzetek

9

A 2008-as amerikai elnökválasztásról lásd még Merkovity Norbert „Barack Obama elnöki kampányának sajátosságai” című írását lapunk 2009. tavaszi számában – a szerk.

10

A politikai kommunikáció történetének korszakolásáról lásd még Bajomi-Lázár Péter „A politikai propagandától a politikai marketingig” című írását lapunk 2009. nyári számában – a szerk.

11

Az üzeneteket saját fordításomban közlöm – T. A.

12

Lásd http://www.bluestatedigital.com/casestudies/client/obama_for_america_2008/ (utolsó letöltés: 2009. március 22.).

13

Obama népszerűségéhez nagyban hozzájárult az „Obama-girl”-ként elhíresült rajongó által feltöltött videó, hatalmas, több mint 13 milliós nézettséggel és népszerűséggel. <http://www.youtube.com/watch?>

[v=wKsoXHYICqU](#)

14

[A YouTube lefejezi az óvatlan elnökjelölteket. http://index.hu/kulfold/mkkl9988/](#) (utolsó letöltés: 2009.07.15.).

15

A Hulu egy, a YouTube-hoz hasonló videomegosztó portál.

16

Ezt bizonyítják a nagy televíziók webes felületei is, amelyeknek továbbra is jelentős a látogatottságuk.

17

Lásd [http://arstechnica.com/news.ars/post/20061127-8290.html](#) (utolsó letöltés: 2009. március 22.).

18

Lásd [http://weblogs.hitwise.com/heather-dougherty/2008/04/post.html](#) (utolsó letöltés: 2009. március 22.).

19

Lásd [http://www.boston.com/news/nation/articles/2008/02/09/web_only_campaign_advertisements_flood_presidential_race/](#) (utolsó letöltés: 2009. január 25.).

20

Érdekes feladat lehet például annak a vizsgálata, hogy a Web 2.0 társadalma miként vesz részt immár a kormányzás mindennapjaiban.

21

Lásd: [http://www.tubemogul.com/research/index.php?r=18](#) (utolsó letöltés: 2009. március 30.).

22

„A More Perfect Union” több mint 5 milliós nézettséggel. [http://www.youtube.com/watch?v=zrp-v2tHaDo&feature=channel_page](#) (utolsó letöltés: 2008. 08. 07.).

23

Lásd [http://www.youtube.com/watch?v=jjXyqcx-mYY](#) (utolsó letöltés: 2009. január 25.).

24

Lásd [http://www.youtube.com/watch?v=mopkn0lPzM8](#) (utolsó letöltés: 2009. január 25.).

25

Lásd [http://www.youtube.com/watch?v=KOrmOvHysdU](#) (utolsó letöltés: 2009. január 25.).

26

Lásd még Sas István „A »visszabeszélőgépk«, avagy az üzenet te vagy” című írását lapunk 2008. őszi számában – a szerk.

27

118 Vö.: Turkheimer elemzése az 1984 c. videóról. (2008: 44) ([http://www.youtube.com/watch?v=6h3G-IMZxjo](#)), illetve Cohen: Is Obama a Mac and Clinton a PC? [http://www.nytimes.com/2008/02/04/technology/04link.html?scp=8&sq=my.barackobama.com&st=cse](#) (Utolsó letöltés: 2009. március 30.)



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](#)

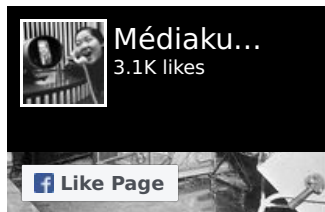
Partnereink

[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 2009 ősz

Történelem

[Takács Róbert:](#)

A sajtóirányítás szervezete a Kádár-korszakban

A sajtóirányítás szervezetrendszerében nem voltak látványos változások a Kádár-korszakban - még az 1956-ot megelőző évekhez képest sem. A hatalom végig kitartott amellett az elv mellett is, hogy a tájékoztatást a párt osztatlanul irányítja. Ugyanakkor ez az osztatlanság meglehetősen sok áttétellel működő, bizonyos mértékig kusza intézményhalmazban öltött testet. A diktatúra enyhülésével - és a pártirányítás egységének megbomlásával - pedig visszatérő dilemmát okozott, hogyan biztosítható az irányítók összhangja. Az alábbiakban azt tekintem át, milyen régi és új intézményes szereplők vettek részt a hazai sajtó és média irányításában a korszakban, ezek milyen funkciókkal voltak felruházva a tömegtájékoztatással kapcsolatban, illetve milyen változások történtek felépítésükben, feladataikban. Mennyire sikerült a hatalomnak jól működő, hatékony szisztémát létrehozni? Történtek-e kísérletek a sajtóirányítás rendszerének átalakítására? Magyarázható-e az újságírás, a tömegtájékoztatás gyakorlatában a korszak során beállt változás az intézményrendszer kisebb-nagyobb változásaival?

1. Bevezetés - A sajtó irányításáról

Amikor az előző rendszerrel kapcsolatban a nyomtatott sajtó és a média (a továbbiakban összefoglaló néven a sajtó) irányításáról beszélünk, érdemes hangsúlyozni, hogy nagyobb volt azoknak a szerveknek, testületeknek a száma, amelyek a sajtóhoz kötődő jogosítványokkal rendelkeztek, mint azoké, amelyek ténylegesen befolyásolhatták, hogy a sajtó mit, illetve milyen módon mutasson be. A sajtó felügyeletében tehát több olyan szereplő is részt vett, akinek a tartalomra nem volt érdemi hatása, de az előállítás, a terjesztés kérdéseiben megkerülhetetlen volt.

Noha nem létezett cenzúrahivatal, több intézményes szereplőnek is elsődleges feladatai közé tartozott a sajtó tartalmi irányítása, annak ellenére, hogy a vonatkozó határozatok rendre hangsúlyozták az elvi irányítás szükségességét. Akadtak köztük párt- és állami szervek, hivatalok, illetve társadalmi szervezetek, központiak és helyiek egyaránt. Mások inkább csak közvetve, szélesebb, elvi jellegű útmutatást adtak az újságírók számára, ami nem jelentette egyben azt is, hogy az előzőeknél alacsonyabb szintűek lettek volna. Emellett egyes szervek, intézmények feladatai között szerepelt a sajtó tartalmi irányításával megbízott szervek kiszolgálása, azaz a sajtó irányításában csak közvetítőként, végrehajtóként vettek részt.

Az alábbiakban ezen összetett szervezetrendszer egyes elemeinek felépítését, sajtóval kapcsolatos irányító, tartalommeghatározó funkcióit, illetve azok változásait tekintem át. Jelen írásban nem foglalkozom részletesen az irányítás módszereivel, amely az eddigi szakirodalomban jóval több figyelmet kapott (Cseh et al., 1999, Cseh et al., 2004; Fritz, 1988; Hegedűs, 2001; Lázár, [1988] 2006; Murányi, é. n.; Takács, 2005a; Takács, 2008).

Az alábbiakban az irányításban érdemi - hivatalos vagy informális - döntéshozó feladatkörrel felruházott testületeket és szerveket veszem sorra. A jobb áttekinthetőség érdekében külön tárgyalom a párt-, az állami és az egyéb szerveket, noha ezek a mindennapi működés során természetesen együttesen valósították meg a sajtó irányítását.

2. A pártirányítás szervezetrendszere

2.1. A döntéshozó pártszervek

A sajtó irányításában 1956 után kialakuló szervezeti rendszer alapvonalai természetesen nem számítottak magyar találmánynak. A párt felépítése - akárcsak a többi európai szocialista országban - a szovjet modellt követte, míg a kisebb-nagyobb eltérésekre, a hagyományokra, eltérő feltételekre való hivatkozásra sokkal inkább az állami szervezetrendszerben volt példa és lehetőség.

A párt döntéshozó szervei különböző módokon és mélységben rendre foglalkoztak a tájékoztatás kérdéseivel. A párt legfőbb döntéshozó szervének a kongresszus számított. A négy-, illetve ötévente összehívott testület néhány

napos munkája során egyetlen alkalommal sem foglalkozott kiemelten a sajtóval, médiával. A Központi Bizottság (KB) beszámolóit, illetve a határozatait kitértek a „tájékoztatási rendszer” fejlődésére, ám elsősorban a mennyiségi fejlődést konstatálták, illetve a sajtóra vonatkozó legáltalánosabb követelményeket fogalmazták meg. Az alábbi – az MSZMP XI. kongresszusán elfogadott – határozatban szereplőhöz hasonló kinyilatkoztatások lényegében semmi eligazítást nem nyújtottak a mindennapi munkát illetően, sokkal inkább a rituálé részei voltak:

„Teljesebbé és eszmeileg megalapozottabbá kell tenni a tájékoztatást a nemzetközi és a belpolitikai kérdésekről. A sajtó, a rádió, a televízió jelentős hatalmi eszközök, fontos ideológiai, politikai szerepet töltenek be a társadalom életében, eszméink terjesztésében, a valóság feltárásában, eredményeink bemutatásában. Munkájuk szakmai, eszmei színvonalának emelésével, szocialista szellemű nevelő és ízlésformáló tevékenységük javításával szolgálják hatékonyabban a párt politikájának érvényesítését.”¹

Annál több, konkretizálható feladatot jelentettek a sajtó számára a kongresszusi határozatok, amelyekre a sajtóirányítás afféle „kincsesbányaként” tekintett, ahonnan a szerkesztőségek bármikor témákat meríthetnek, sőt elvileg a kongresszusi határozatokban szereplő kérdéseket a sajtóban folyamatosan napirenden kellett tartani. Ezt a folyamatot, a kongresszust megelőző és követő időszakokban, a pártközpontban készített külön sajtótervek terelték mederbe.

Az évente néhány alkalommal ülésező KB szintén nem vett részt a sajtó gyakorlati irányításában. A testület döntött ugyan az olyan személyi kérdésekben – például a KB osztályvezetőiről, a KB sajtóorgánumainak főszerkesztőiről –, amelyek közvetlenül érintették a sajtó irányítását, ám a sajtó, illetve a szélesebb értelemben vett tájékoztatáspolitikát egyszer sem szerepelt önálló napirendi pontként az 1988. májusi pártértekezlet előtt. A KB egyes határozatait, mint az ideológiai életről szólók 1965-ben és 1987-ben, közvetve érintették az újságírást is, míg a többi esetben a határozatok képviselendő irányt, tartalmat és szellemiséget jelentettek a szerkesztőségek számára. 1988 júniusában és 1989 márciusában a KB a politikai nyilvánosság kérdéseit is megtárgyalta: előbb a vezető pártszervek tevékenysége, utóbb egy új tájékoztatási törvény és a sajtópolitika szempontjából.

A fenti követelmény érvényes volt a Politikai Bizottság és a Titkárság határozataira is (Cseh et al., 1999: 222), ám e két testület rendszeresen tárgyalt sajtóval, médiával kapcsolatos kérdéseket. Így a Politikai Bizottság a korszakban öt alkalommal hozott határozatot kifejezetten a sajtó-, illetve a tájékoztatáspolitikáról, és alkalmanként – bár az eredeti szándéktól eltérően nem szabályos rendszerességgel – megvitatta egyes sajtóorgánumok, a rádió, a televízió, az MTI munkáját, illetve a párt hatásköri listájának megfelelően döntött személyi kérdésekben. Egyéb határozatai esetében nemegyszer utalt azok nyilvánosságbeli kezelésére, és egyedi ügyekben – például rendkívüli események, vitás politikai kérdések – is rendszeresen döntött arról, milyen formában hozzák azt nyilvánosságra. Kiemelt fontosságú kérdésekben részletekbe menő, a feladatokat az egyes szerkesztőségek szintjéig meghatározó sajtótervet is elfogadott.

A Politikai Bizottság (PB) – illetve a Titkárság – csak a sajtót érintő kérdések töredékében vonta magához a döntést. A kevésbé általános, nem elvi jelentőségű, illetve a más területeket közvetlenül nem érintő kérdések nem jutottak el a PB szintjéig, az Agitációs és Propaganda Bizottság (APB) is dönthetett.² E bizottságot a PB 1948 októberében hozta létre, azzal az indoklással, hogy a gazdasági és a politikai szerkezet átalakításához képest a párt ideológiai, művelődési és kulturális befolyásának terjedése elmaradt. Másrészt szükségesnek tartották egy olyan csúcsszerv létrehozását, amelynek az irodalom, a művészetek, a kultúra, a tudományok, az oktatás, az agitáció, a propaganda és sajtó összes kérdésére rálátása van. Ekkor meghatározott feladatai a későbbiekben is megmaradtak: ilyen volt az információk biztosítása a vezető pártszervek számára, az agitáció és a propaganda aktuális vonalának kidolgozása, egy-egy terület munkájának vizsgálata, illetve a különböző osztályok, bizottságok javaslatainak véleményezése.³ A fontosabb kérdésekben egyfajta első szűrőként funkcionált: amit ez a testület jóváhagyott, az mehetett a PB elé is. Illetékessége a sajtó- és médiaügyeken túl kiterjedt a tudomány, a kultúra, az egészségügy és az ideológiai élet minden kérdésére is.

A forradalom után az APB az Ideiglenes Központi Bizottság 1956. november 11-ei határozata alapján kezdhetett meg újból működését⁴ – klasszikusan munkabizottságként, azaz nem volt apparátusa. Az általa tárgyalt anyagokat a leggyakrabban a párt különböző osztályai – 1956 után az agitációs és propaganda, valamint a kulturális osztályok – készítették el, esetleg valamely állami szerv – a sajtóügyek kapcsán a Tájékoztatási Hivatal, a Magyar Rádió és Televízió és az MTI jöhetett leginkább szóba.⁵ Elfogadott határozatait és állásfoglalásait az adott területre vonatkozóan voltak kötelező érvényűek – ezért is használta már az 1948-as határozat is azt a megfogalmazást, hogy önállóan azokban a kérdésekben hozhat döntést, amelyek a pártosztályok szintjét nem haladják meg.

Az Agitációs és Propaganda Bizottság tagjait rendszerint a pártkongresszusokat követően választotta meg a Központi Bizottság – az ideológiai titkáron túl a bizottság által átfogott területek vezetői közül. A forradalom utáni első évtizedben az APB kis létszámmal működött, hatásköre, döntéseinek érvényességi köre nem volt egyértelműen szabályozva.⁶ Az APB 1966-ig mindössze hat főből állt,⁷ élén az ideológiai területet a pártban felügyelő Szirmai Istvánnal. Tagjai az Agitációs és Propaganda Osztály és a Tudományos és Kulturális Osztály vezetői (Rapai Gyula, Orbán László), a művelődésügyi miniszter (Benke Valéria), a Népszabadság főszerkesztője (Nemes Dezső), illetve a kormány tájékoztatási ügyekben illetékes miniszterhelyettese (Kállai Gyula) voltak. Az APB első jelentős kibővítésére az 1966-ban megrendezett IX. kongresszust követően került sor. Ezzel újabb, kiterjedt agitációs és propagandatevékenységet folytató, illetve lapokat felügyelő szervezetek vezetői kerültek be a bizottságba, így a Budapesti Pártbizottság titkára, a Szakszervezetek Országos Tanácsa titkára, illetve a Magyar Rádió és Televízió elnöke. Ugyanakkor voltak olyanok is, akik inkább személyük jogán kerültek a Bizottságba: 1966-ban Aczél György és Nemes Dezső, vagy a későbbiek során Lakos Sándor.⁸ Csak az 1970-es években volt az APB tagja a Tájékoztatási Hivatal elnöke, illetve a KISZ KB első titkára. Ekkor számlálta a legtöbb, 15-16 tagot a munkabizottság. 1980-ban újra csak egy szűkebb, kilenctagú testületet választott meg a KB, ám az évtized végére visszaállt a 12 fős működés.

A MSZMP regnálásának utolsó évében, 1988 decemberétől a bizottság Társadalmpolitikai Bizottságként működött tovább.

Az APB mellett a korszak első éveiben egy Sajtóbizottság is létrejött. Ezt a testületet az 1958-as sajtóhatározat említette először, amikor kimondta, hogy „a sajtó vezető munkatársaiból meg kell alakítani a párt sajtóbizottságát”, abból a célból, hogy kidolgozza a párt- és a kormány politikájában a sajtóra eső feladatokat.⁹ A Titkárság 1958 márciusában életre is hívta a Sajtóbizottságot, amely azonban nem volt az APB-vel egyenrangú szerv; nem a KB, hanem az APO alá tartozott. Tagsága az ideológiai irányítás emberein kívül a legjelentősebb napilapok, tömegkommunikációs intézmények vezetőiből, a Tájékoztatási Hivatal, a Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MÚOSZ) első emberéből, illetve egy megyei lap főszerkesztőjéből tevődött össze. Elnöke – akárcsak az APB-nek – Szirmai István lett, míg a titkári teendőket az APO sajtóosztály-vezetője látta el. Ezen felül – akárcsak más testületek – a tárgyalt napirendtől függően meghívhatott további résztvevőket is.¹⁰

A Sajtóbizottság működésének mintegy négyéves időtartama alatt levette a sajtóval kapcsolatos ügyek terhének jelentős részét az APB válláról: az előbbi is megtárgyalta a felsőbb pártszervek elé kerülő, sajtóval kapcsolatos anyagokat, egyes határozatok végrehajtásának menetét, egy-egy lap általános munkáját, egy-egy részterület sajtóbeli bemutatását, illetve a kiemelt feladatok végrehajtását.¹¹ Legtöbbet emlegetett határozatát az újságírói státusok számának csökkentéséről hozta 1960 novemberében, amelynek alapján az 1960-as években jelentős lefaragások kezdődtek szinte minden laptípusnál.¹²

A Sajtóbizottság feladat- és hatáskörét a KB vezető testületei sohasem szabályozták, mint ahogy megszűnéséről sem született határozat. Működésének utolsó nyomai – egy féléves munkaterv, annak egy-két megtárgyalt pontja, illetve egy személycseré¹³ – 1962-ből származnak. A legvalószínűbb az, hogy a Sajtóbizottság – felesleges párhuzamosságként – egyszerűen elhalt, feladatkörét ugyanis az 1962 végétől rendszeresen ülésező Agitációs és Propaganda Bizottság mindenféle megrázkódtatás nélkül át tudta venni.

2.2. A Központi Bizottság osztályai és titkárai

A Központi Bizottságon belül 12–15 részleg létezett, amelyek többsége egy-egy területért felelős osztályként, mintegy pártminisztériumként működött.¹⁴ A sajtóügyek fő illetékese az Agitációs és Propaganda Osztály volt. Az, hogy a sajtóügyeknek külön szervezeti keretet adjanak, nem merült fel 1956 után, bár egyrészt volt előzménye, másrészt a szocialista táboron belül is volt rá példa. Az MDP Központi Vezetőségén 1949 márciusáig működött egy önálló Sajtóosztály, szűk feladatkörrel: a párt vidéki lapjait felügyelte, illetve külföldi lapszemléket készített. Ehhez képest meglehetősen nagy, 25 fős személyzettel dolgozhatott. Am két hónappal azután, hogy hatáskörébe került az összes pártlap irányítása, a nem MDP-s lapok felügyelete, sőt a vidéki sajtó cikkszolgálat, beolvadt az Agitációs Osztályba,¹⁵ amelyből 1950 első felében hoztak létre egy „ideológiai csúciszervet”: ekkor kapta az Agitációs és Propaganda Osztály elnevezést. Ezen a 81 politikai és 28 technikai-adminisztratív munkatársat foglalkoztató mamutszerven belül a 25 fős agitációs részleg alá rendeltén működött tovább a sajtó és rádiós alosztály.¹⁶ 1955 tavaszán viszont újra kiemelték, Sajtó és Rádió részleggé szervezték hét fővel, míg három további munkatárs a Szabad Nép és a rádió ügyeivel foglalkozott.¹⁷

Az Agitációs és Propaganda Osztály 1956 után is a nagy létszámú osztályok közé tartozott. Az 1960-as években csak a pártgazdasági és gazdaságpolitikai ügyekkel foglalkozó osztályok működtek nagyobb apparátussal. Az 1970-es években az agitációs terület folyamatosan bővült, mind az apparátus létszámát, mind a feladatkörét illetően: 1970-ben és 1975-ben a KB második legnagyobb, 1981-ben már a legnagyobb osztálya volt. Az APO számára megállapított státusok száma az 1970-es években mintegy harmadával nőtt¹⁸ – sőt volt olyan pillanat 1981-ben, amikor 54 politikai munkatársat foglalkoztatott, amihez hozzávehetjük a KB két folyóiratának együttesen 15 fős szerkesztőségét is.

A KB osztályainak létszámhelyzete

Párt szerve	1965	1970*	1975*	1981**
KB-titkárok	18	7	7	6
KB-iroda	14	26	26	26
Agitációs és Propaganda Osztály	32	38	47	50
Közigazgatási és Adminisztratív Osztály	13	18	19	19
Gazdaságpolitikai Osztály	52***	37	53	42
Külügyi Osztály	19	27	27	28
Pártgazdasági és Ügykezelési Osztály	52	37	38	41
Párt- és Tömegszervezetek Osztálya	29	43	42	42
Tudományos, Kulturális és Közoktatási O.	29****	20	23	23
Központi Ellenőrző Bizottság	13	9	9	10
Pártélet szerkesztősége	n. a.	5	5	5
Társadalmi Szemle szerkesztősége	n. a.	9	9	10
Összesen	271	276	305	302

A jelölések:

* – év végi adat;

- ** – év eleji adat;
- *** – összes gazdasági osztály együtt;
- **** – két osztály összevont létszáma.

A létszám bővülést az osztály belső felépítésének változása is kísérte. Az átszervezéseket rendszerint a feladatkörök kiterjesztése indokolta. 1957 áprilisában sajtócsoportot alakítottak ki, amely néhány hónappal később sajtóalosztállyá lépett elő az APO-n belül. Ezzel kialakult az osztály három alapvető területe az agitációs, a propaganda és a sajtóügyek irányítására. Az 1957-ben létrehozott sajtócsoport mindössze négy főből állt. Nyilvánvaló, hogy ez kevés volt ahhoz, hogy a sajtóterületet a Pártközpontból ténylegesen irányítani lehessen. Ám ekkor még nem is itt, hanem az újjáalakított Tájékoztatási Hivatalban volt az irányítás súlypontja.¹⁹ Az alosztály létszámát 1957 szeptemberében emelték hat főre. A feladatokat az újságírás szervezeti felépítését követve osztották szét: két munkatárs jutott a fővárosi napi- és hetilapok, egy a Magyar Rádió, kettő a megyei és a városi lapok irányítására, felügyeletére, míg egy munkatársnak kellett átfognia az MTI, az – akkor még újjászervezés alatt álló – újságíró-szövetség, az állami sajtóirányító szervek és a lapkiadók működését.²⁰ 1957 és 1967 között egy negyedik, ideológiai kérdésekkel foglalkozó, úgynevezett elméleti osztály is működött az APO-n, amely tízéves működése alatt konfliktusos viszonyban állt a többi ideológiai műhellyel.²¹ A létszám alakulása visszaigazolja, hogy 1969-ben kezdődött meg az Agitációs és Propaganda Osztály szervezetrendszerének kiterjesztése. A korábbi három helyett öt alosztályt hoztak létre: megmaradt a sajtóalosztály és az agitációs alosztály, tömegpolitikai és oktatási területre választották szét a propaganda-alosztályt, és az APO hatáskörébe utalt hangulatjelentések feldolgozására információs alosztály alakult. Egy-egy – alosztályokból kiemelt – munkatárs foglalkozott a külföldre irányuló propaganda és a dokumentáció területével.²² Három évvel később a külön tömegpolitikai-alosztályt megszüntették, az alosztályok száma viszont nem csökkent, mivel a számos APO által készített írásos kiadvány (belső bizalmas tájékoztató, alapszervezeti titkári tájékoztató stb.) gondozására életre hívták a szerkesztési alosztályt. A sajtó irányítását közvetlenül is érintette az a módosítás, amely az addig a sajtóalosztály által felügyelt nyilvános tájékoztatás és az agitációs alosztály által irányított belső tájékoztatás felügyeletének egyesítését célozta. A sajtóalosztályt ekkor keresztelték át tájékoztatási alosztállyá, ám létszáma változatlanul nyolc fő maradt.²³ Az 1970-es évek során a szocialista országok vezető pártjai közt rendszeressé váló ideológiai együttműködés és az intenzívebbé váló nemzetközi érintkezések következtében szervezték meg a külföldi propaganda-alosztályt. Így 1981-ben az APO-n már négy osztályvezető-helyettes és nyolc alosztályvezető irányította a munkát.²⁴

A Sajtó/Tájékoztatási alosztály és az Agitációs és Propaganda Osztály létszámának alakulása



A grafikon jól érzékelteti, hogy az Agitációs és Propaganda Osztály politikai munkatársainak száma az 1960-as és az 1970-es évek fordulójától meredeken emelkedni kezdett, ám ez elsősorban az újonnan kialakított feladatköröknek volt az eredménye. A sajtóügyek intézésére csupán eggyel több munkatárs állt rendelkezésre, mint az 1960-as években. Hat-nyolc munkatárssal a pártvezetés nem is állíthatott volna más feladatot a sajtóval foglalkozó alosztály elé, mint hogy elvi-politikai irányítást gyakoroljon, vagyis lényegében szervezze meg a párt politikájának végrehajtását a sajtóban. Éppen ezért – bár az alosztály hatáskörébe lényegében minden, újságírással kapcsolatos tevékenységet belevettek – ennek gyakorlati végrehajtását a KB apparátusán kívüli erőforrásokkal kellett megoldani. Az adminisztratív teendők jelentős részét a Tájékoztatási Hivatalra hárították, míg a párt politikájának mindennapi megvalósításában a főszerkesztőknek és a szerkesztőségben dolgozó párttagoknak szántak kulcsszerepet (Bajomi-Lázár, 2005: 26.; Cseh et al., 2004: 286; Fritz, 1988: 22; Hegedűs, 2001; Murányi, é. n.: 218, 226).

„A nem közvetlenül a párthoz tartozó lapoknál az irányítás az állami szerv feladata, a társadalmi szervezetek lapjaiért e szervezetek vezetősége a felelős. A politikai irányvonal meghatározása mellett rész és napi kérdésekben a lapok szerkesztésébe a párt és állami szervek ne szóljanak bele, a lapok politikai irányvonaláért és tartalmáért a szerkesztőségeket kell felelőssé tenni”

– szögezte le a Titkárság 1957-ben.²⁵

Az osztály munkatársai, egy-egy sajtóterület referenseiként, tartották a kapcsolatot a szerkesztőségekkel, azok szakmai vezetőivel és pártszervezeteivel, párttag újságíróival, tájékoztatták őket az aktuális, a szerkesztőségeket is érintő párthatározatokról, közvetítették a kéréseket, feladatokat, illetve felfelé továbbították a szerkesztőségben tapasztaltakat. Ugyanakkor az információátadás elsődleges fórumai a főszerkesztői értekezletek voltak, amelyet rendszerint az osztály vezetője tartott meg a különböző lapcsoportoknak (Bajomi-Lázár, 2005: 26., Hegedűs, 2001; Murányi, é. n., 219; Takács, 2005a: 59–60; Takács, 2008: 158–159). A főszerkesztők fenti értelemben vett önállóságát a beavatásnak ez a mechanizmusa tette lehetővé.

A sajtóalosztály feladatait az 1964. szeptemberi titkársági határozat foglalta össze legtömörebben:

„Elvileg irányítja a sajtó, a rádió és televízió munkáját; rendszeresen tájékoztatja a szerkesztőségek vezetőit, elemzi a lapok, a rádió és televízió munkáját; segíti a sajtóval rendelkező szervek felügyeleti tevékenységét; foglalkozik a sajtó káderhelyzetével, az újságíróképzésnek és az utánpótlás nevelésének alakulásával.”²⁶

Azt, hogy mennyire – nem – sikerült a pártirányításnak tartania magát ahhoz az elvhez, hogy elsősorban általános útmutatásokat adjon, ne konkrét utasításokkal, részletkérdésekbe menő beavatkozásokkal döntsön el ügyeket, nemcsak szerkesztők és újságírók panasza jelzik, hanem a Politikai Bizottság 1967-es megállapításai is. Ennek határozata leszögezte, hogy lényeges változást kell elérni a párt munkamódszeréit illetően. Ismételten

hangsúlyozta, hogy az APO „fő tevékenysége az elvi, politikai irányítás, az elemző és értékelő munka legyen”, míg a végrehajtás levezénylése az állami és alsóbb pártszervekre háruljon. Így a sajtóosztály feladatainak újrafogalmazása során már bekerültek a szövegbe a megyei pártbizottságok, a lappal rendelkező szervezetek, illetve a Tájékoztatási Hivatal.²⁷ Nem jelentett ez változást a sajtóirányítás szervezetrendszerében, elveiben, de tükrözte a szándékot a korábban megfogalmazott elvek következetesebb érvényesítésére. Ez, az új gazdasági mechanizmus bevezetése előtt, illeszkedett a feladatkörök és a felelősségi viszonyok újragondolásának általános folyamatába.

Az 1970-es években kétszer módosult – bővült – az osztály feladatainak köre.²⁸ 1972-ben a sajtóosztályt tájékoztatási alosztállyá keresztelték át, adaptálva a korábbi PB-határozatok megközelítését, hiszen az 1958-as és 1959-es PB-határozat még a sajtóról rendelkezett, az 1965-ös dokumentum – majd az azt megismétlő 1968-as állásfoglalás – már tájékoztatási határozatként született meg. Utóbbiak egyszerre foglalkoztak a tömegtájékoztatással, az állampolgárok szóbeli tájékoztatásával és egy zárt(abb) rendszerrel, a párttagok tájékoztatásával. Ezekben a határozatokban is egyértelműen megjelent az a különbségtétel, hogy az APO egyes tömegtájékoztatási eszközöket közvetlenül irányít, másokat egyéb szervezetekkel együttműködve.²⁹ A leírt elvek az 1980-as években is változatlanok maradtak, az átmenetileg türelmetlenebbé váló gyakorlat (Hegedűs, 2001) nem hozott változást a sajtóirányítás működésének szabályozásában, mivel a diagnózis szerint a sajtóirányítás mechanizmusa nem volt beteg, hanem a szerkesztőségek részéről láttak – a szabályozott működést veszélyeztető – lazaságokat.³⁰

Lényegében az APO, illetve a sajtóosztály fogta át a sajtó egészének tevékenységét, itt formálódott a sajtó- és tájékoztatáspolitikai koncepció. A vezető pártszervek a pártosztályokon készült vagy jóváhagyott anyagokat tárgyalták, így az osztály munkatársainak, az osztályvezetőnek alapvető szerepe volt annak meghatározásában, mit tárgyaljanak a vezető testületek. Itt csaptak össze a hullámok is: ide érkeztek be a sajtóval kapcsolatos panaszok, különböző magasabb szempontok és a sajtó kérései is. Lakatos Ernő elmondása szerint az osztály vezetése reggel 7-től este 10-ig teljes embert kívánt: hajnalban a sajtó áttekintését, hogy mire számíthat, honnan érkehetnek reklamációk, kínos kérdések; napközben a különböző előterjesztések elkészítését, az alosztályok munkájának áttekintését; este – 5 után – pedig beindult a sajtó-nagyüzem. Lakatos szerint nem volt értelme hazamenni, lapzártáig-műsorzárásig ugyanis állandóan csörögtek volna a telefonok (in Havas, é.n.: 163-165). Ez utóbbi – akárcsak az újságírói visszaemlékezések – viszont nem azt bizonyítják, hogy a sajtóirányítás tartani tudta magát ahhoz, hogy a sajtót elvi-politikai útmutatással lássa el: az éles döntési helyzetekben – saját kezdeményezésből avagy a felelősség áthárítása miatt – nap mint nap beavatkozott (Hegedűs, 2001).

Az Agitációs és Propaganda Osztály esetében kiemelt jelentősége volt a KB többi osztályaival való kapcsolattartásnak, mivel az APO feladata volt népszerűsíteni a párt politikájának egészét. Ám az osztályok közül a sajtó irányítása szempontjából a Tudományos, Kulturális és Közoktatási Osztálynak különleges jelentősége volt. Minden területen felmerült annak az igénye, hogy az adott területet legjobban ismerő osztály segítsen kialakítani a határozatok és feladatok országos, helyi, illetve pártközvélemény előtti menedzselését, ám ez nem jelentette azt, hogy a külpolitikai rovatokat a Külügyi Osztály vagy a gazdasági rovatokat a Gazdaságpolitikai Osztály irányítása alá utalták volna. Az utóbbival kapcsolatban például a titkárság csak annyit írt elő, hogy az Agitációs és Propaganda Osztállyal együttműködve vegyen részt „a gazdasági propaganda általános irányvonalának kialakításában” és végrehajtásában.³¹ Ezzel szemben a kulturális osztály konkrét sajtóirányítási feladatokat is ellátott. Mivel a több szerkezeti átalakításon áteső osztályhoz tartozott az irodalom, a művészetek világa, az irodalmi, művészeti, kritikai profilú hetilapok, folyóiratok, valamint a rádió és televízió kulturális osztályai, ezek irányítását innen, az irodalmi és művészeti alosztály révén – is – végezték.³² Az 1969-es szabályozás már a sajtó tudományos és kulturális rovatait is az osztály hatáskörébe sorolta, az irodalmi, művészeti és kritikai lapokkal, műsorokkal a kulturális alosztály, az egyetemi lapokkal az oktatáspolitikai alosztály, míg a tudományos publikációkkal a tudománypolitikai alosztály foglalkozott.³³ Az 1981-ben megszülető szabályozás egyértelműbben határolta körül azokat a sajtóterületeket, amelyek esetében az értékelést és az orientálást a TKKO végezte: ilyenek voltak a társadalomtudományi, az oktatási, az irodalmi, a művészeti lapok és a rádió, a televízió, a napilapok kulturális és tudományos rovatai.³⁴ Az irányítás módszerei nem tértek el az Agitációs és Propaganda Osztálynál bemutatottaktól.

A pártközpont osztályainak munkáját a KB titkárai felügyelték. A hat titkárt a Központi Bizottság a kongresszus utáni ülésén választotta meg, megbízatása a következő kongresszusig szólt. A tájékoztatás kérdései az ideológiai életet felügyelő titkárhoz tartoztak. Az előterjesztések az ő jóváhagyásával kerültek a döntéshozó pártszervek elé, és ő mondta ki a végső szót az olyan, újságírással, tájékoztatással kapcsolatos mindennapi kérdésekben, amelyeket sem szerkesztőségi, sem osztályszinten nem vállaltak fel.

3. Az állami szervezetrendszer

3.1. A Tájékoztatási Hivatal

A Tájékoztatási Hivatal a Nagy Imre vezette kormány „találmánya” volt, amelyet 1954-ben hívtak életre.³⁵ Elsődlegesen azt a célt szolgálta, hogy a reformpárti tábor megteremtse a maga intézményes ellensúlyait az 1953 júniusa után is a Rákosi-hívek által dominált pártvezetéssel szemben (Cseh et al., 1999: 221). Nem volt ugyanakkor egyedi jelenség: kormány mellett működő sajtóügyekre specializált hivatal az NDK-ban is létezett, sőt a magyar döntésben példaként szolgált, az 1960-1970-es években pedig több szocialista országban is létrehoztak hasonló szervezetet. 1955 áprilisában a pozícióit visszaszerző rákosista vezetés felszámolta a Tájékoztatási Hivatalt, funkcióit – az állami tájékoztató munka összehangolását, a kormányzathoz kötődő sajtófeladatok kiosztását, a kormány

sajtótájékoztatónak szervezését – szétosztotta a között a két állami szerv (a Népművelésügyi Minisztérium és a Minisztertanács Titkársága) között, amely a sajtóval kapcsolatos teendőket 1954 előtt is végezte.³⁶

1956 decemberében a kormány ismét felállította a Tájékoztatási Hivatalt, és ezzel párhuzamosan megszüntette a Minisztertanács Titkárságán és a Népművelési Minisztériumban működő sajtó osztályok sajtó-közigazgatási feladatkörét. A régi-új hivatal kettős szerepet játszott. Egyrészt feladatul kapta az állami tájékoztatási munka megszervezését, azaz a kormány munkájáról adott (sajtó)tájékoztatók lebonyolítását, a főbb állami szervek határozatairól szóló kommunikék elkészítését és közzétételét, valamint a jelentősebb állami események körüli sajtómunka intézését. A másik fő feladatköre a sajtórendészeti teendők ellátása volt: a lapengedélyek kiadása, nyilvántartása, a külföldi lapok terjesztésének engedélyezése, a sajtó papírkészletével való gazdálkodás, a papírkeret lapok közötti elosztása, a lapfejlesztési és -terjesztési kérdések kezelése (Bajomi-Lázár, 2005: 26). Ezen felül a hivatal egy országos hatáskörű szerv jegyeit viselte magán, szakági irányítást gyakorolt a megyei és a megyei jogú városi tanácsok végrehajtó bizottságai igazgatási osztályainak sajtórendészeti, kiadói tevékenysége felett. A Tájékoztatási Hivatalt tették meg továbbá több tömegtájékoztatási, újságírói intézmény felügyeleti szervének – így alá tartozott az MTI, a Magyar Rádió (és Televízió), a MÚOSZ, az Újságírók Szanatóriumi Egyesülete, illetve az állami Lapkiadó Vállalat.³⁷ A hivatal munkáját a Minisztertanács egyik elnökhelyettese felügyelte.

A határozat azt is kimondta, hogy sajtószakemberekből egy társadalmi bizottságot is létre kell hozni, amely tanácsadó testületként működött volna a hivatal mellett. Ez az úgynevezett Sajtótanács meg is szerveződött, első ülését 1957 februárjában tartotta. A testület elnöke Szirmai István volt, míg Cservenka Ferencné révén az Agitációs és Propaganda Osztály is képviselve volt. Emellett a Magyar Rádió és Televízió, az MTI, a Népszabadság, egy megyei lap, illetve a MÚOSZ vezetése részéről is szerepelt egy-egy tag a bizottságban, továbbá a vezető újságírók közül Boldizsár Iván és Polgár Dénes.³⁸

A Sajtótanács működéséről csak 1957 első feléből van tudomásunk. Februárban tárgyalta az Igazságügy-minisztérium által kidolgozott sajtótörvény-tervezetet, és – tekintettel a bizonytalan hazai és nemzetközi helyzetre – javasolta annak levételét a napirendről. Májusban állást foglalt amellett, hogy a MÚOSZ vegye át az újságírókkal kapcsolatos szakszervezeti feladatokat.³⁹ A Sajtótanács – párhuzamosan azzal, ahogy az irányítás a Tájékoztatási Hivataltól az APO-hoz csúszott át – légtüres térbe került. Az 1958-ban – immár a pártközpont alá rendelt – létrehozott, hasonló összetétellel és feladatkörrel működő Sajtóbizottság tekinthető az utódjának.

A Tájékoztatási Hivatal az első hónapokban a szétzilált pártirányítás feladatait is átvette, ám az 1957 tavaszán az Agitációs és Propaganda Osztályon létrehozott sajtócsoporthoz már azt jelezte, hogy a sajtó irányítását a pártközpont kész újra magára vállalni. Az 1956 utáni sajtóirányítás két központi alakjának, Szirmai Istvánnak és Darvasi Istvánnak az áthelyezése a Tájékoztatási Hivataltól a pártközpontba 1958 januárjában megerősítette, hogy az első lépés kérdése eldőlt, az irányítás visszakerült az APO-hoz (Cseh et al., 1999: 221).⁴⁰ A hivatal súlyának csökkenését végül a Politikai Bizottság 1959. decemberi határozata tette hivatalossá, amelyet a Minisztertanács 1012/1960. sz. Korm. határozata iktatott be a jogrendbe. Az indoklás leszögezte, hogy a „sajtó politikai irányítása megfelelően biztosítva” van. A határozat említi a kormányzati kommunikáció szervezését (szakminiszterek sajtóértekezleteinek koordinálása), illetve a kormány munkájáról szóló havi tájékoztatók lebonyolítását. A hivatal hatásköréből elvonták a két legjelentősebb állami médiumot, az MTI-t, valamint a Magyar Rádió és Televíziót. A hivatalban két részleget hagytak meg: a sajtó-közigazgatási csoport mellett a Kádár Jánosné által irányított sajtóellenőrzési csoport maradt ott. Az utóbbi a külföldről érkező sajtó és irodalom politikai kontrollját végezte, sőt az 1960-as években a hivatal legnagyobb egységként dolgozott (Cseh et al., 1999: 221). A hivatal vezetője mellett mindössze négy politikai munkatárs maradt meg az általános, tartalmi kérdések intézésére. Az átalakítást egyúttal személycsere is kísérte: Gyáros Lászlót a korábban megyei lap szerkesztőségét irányító, kifejezetten előterjesztés-író és végrehajtó hivatalnoktípus, Naményi Géza követte. A hivatal súlyának csökkenését jelezte, hogy első embere az elnök helyett csak a hivatalvezető címet használhatta.⁴¹ A személycsere változást hozott a kormányzóvivői feladatok ellátásában is, mivel az új vezető más karaktert, attitűdöt képviselt. Gyáros eleve külügyi kormányzóvivőből lett a hivatal elnöke, személyével anno a két funkciót egyesítették. Most e két feladatkör újra szétvált, de míg a külügyi szóvivői poszt visszakerült a Külügyminisztérium Sajtófőosztályához, addig a Tájékoztatási Hivatal vezetőjét „mentesítették” a kormányzóvivői feladatok alól, és a szükséges nyilatkozatokat a kormány elnöke vagy elnökhelyettese tette.⁴²

Az 1963-ban 29 főt foglalkoztató hivatal helyzetét az 1960-as évek közepén Naményi Géza mintegy a párt meghosszabbított kezeként írta le: vagyis mint közvetlen pártirányítás alatt működő szervet, amely részt vesz a sajtóvonatkozású párthatározatok végrehajtásában, eljár a Központi Bizottság titkára és az Agitációs és Propaganda Osztály által adott instrukcióknak megfelelően, javaslatokat terjeszt elő a különböző pártszervek részére, követi a káderügyekben hozott döntéseket. Az önállóság látszatát is feladó megfogalmazás után rendkívüli részletességgel, 25 nyomtatott oldalon keresztül sorolta a hivatal által rendszeresen elvégzett feladatokat, amivel nyilván – a pártvezetés és az újságírók körében is komoly presztízsféltéssel küzdő – hivatala jelentőségét kívánta alátámasztani.⁴³

A Tájékoztatási Hivatal újabb átalakítása látszólag szintén egy személycseréhez kötődött, ám a hivatal szerepének felértékelése csak időben esett egybe Naményi Géza halálával. 1969-ben a hivatal élére a KB Külügyi Osztályának korábbi vezetője, Várkonyi Péter került, egy olyan időszakban, amikor az állami intézményrendszer megerősítése volt napirenden. Az általa átvett hivatalnak, a PB döntése nyomán, nagyobb lett a hatásköre és felelőssége, a határozat szerint az „állami tájékoztatás tényleges szerve” kellett válnia. Hatáskörét kiegészítették. Kimondták, hogy a hivatal a sajtó országos hatáskörű miniszteriális szerve, amely önálló költségvetési fejezetet képez. Újra a felügyelete alá utalták a Magyar Újságírók Országos Szövetségét, továbbá az 1968-ban alapított Magyar Hírlapot,

illetve a Központi Bizottság hatáskörébe nem tartozó lapokat. Ezen felül a külföldre irányuló propaganda állami irányítása, a sajtótervek ágazati koordinálása is a feladatai közé került. A kormányszóvivői funkció visszakerült a hivatal vezetőjéhez, aki újból elnöki címet, illetve államtitkári rangot kapott (Cseh et al., 2004: 280). Az új szabályozás nem hozott nagy arányú változást a Tájékoztatási Hivatal által korábban végzett tevékenységben. A Politikai Bizottság elé kerülő jelentésben felsorolt nyolc funkció (tájékoztatás, sajtóigazgatás, sajtóellenőrzés, személyi nyilvántartás, szakfelügyeleti jogkör, katonai mozgósítással kapcsolatos feladatok, nemzetközi ügyek, kormányapparátusi teendők) csak kismértékben módosult, elsősorban a sajtóra vonatkozó jogszabály-alkotási és a titokvédelemmel kapcsolatos feladatok kaptak nagyobb hangsúlyt. Ahogy Kádár János megjegyezte, az új szabályozással lényegében azt célozták, hogy egyensúlyi helyzetet, működőképes feladatmegosztást alakítsanak ki a sajtó irányításában, mivel az 1950-es évek végén több feladatot „húztak át” a pártközpontba, mint „ami a státus szerinti rendnek megfelel”.⁴⁴

A Tájékoztatási Hivatal hatáskörének és szervezetének megerősítése azonban érezhetően bővítette a hivatal cselekvési terét. Az addig adminisztratív teendőin gyakran csak vezetőjének kezdeményezéseivel, javaslaival túllépő hivatalnak kikristályosodott egy pontosan definiált tevékenységi köre, amelyért felelősséget viselt, és amelyen belül kiteljesedhetett szabályos bürokratikus működése. Ebben alapvető jelentőségű volt, hogy sikerült tisztázni az Agitációs és Propaganda Osztály, illetve a Tájékoztatási Hivatal közti munkamegosztást. A hivatal – kétségkívül tovább élő – alárendeltsége a pártszerveknek sem fejeződött ki olyan egyértelműen, mint az 1960-as évek megfogalmazásaiban. Az ügyrend eredeti változata nem is említette az Agitációs és Propaganda Osztály irányító szerepét, olyannyira, hogy a tervezetet véleményező minisztertanács titkárságvezető hívta fel arra a figyelmet, hogy „az ügyrendben mint belső dokumentumban nem célszerű elhallgatni, hogy a terület politikai irányítást is kap, és ennek is érvényt kell szereztesen az elnök”.⁴⁵

A hivatalhoz jelentős mennyiségű tartalmi-elemző munka került át, míg az 1970-es években – akárcsak a pártközpontban – további új részlegek alakultak, amelyek mögött részben az 1969-es újraszabályozáskor beszippantott új feladatok álltak. Ekkortól az állami sajtószerv szabályos, osztályok szintjére lebontott, az APO, az APB és a kormány munkaterveire épülő féléves munkaterv alapján dolgozott. Látványosabb változás volt, hogy a sajtó országos hatáskörű szerveként a hivatal elnöke immár a terület egészére kötelező érvényű utasításokat adhatott ki – míg az 1960-as években a hivatalvezetőnek egy-egy intézkedést, mint a létszámleépítéseket, tárgyalások sorozatán kellett keresztülvennie minden szerkesztőségen.

Az 1970. januári szervezeti és működési szabályzat⁴⁶ négy szervezeti egységről rendelkezett. A tartalmi sajtóügyek intézésére Tájékoztatási Főosztály alakult, amelynek fő tevékenységi köre a kormánytól a sajtó, illetve a sajtótól a kormány felé történő információközvetítés, az állami szervek és azok országos jelentőségű intézkedései sajtómunkájának a megszervezése, a sajtóval kapcsolatos jogszabályalkotás, a sajtót érintő nemzetközi ügyek kezelése, az országos jelentőségű állami-kormányzati események sajtómunkájának összehangolása, illetve a sajtó munkájának az értékelése volt.⁴⁷ A főosztály két osztályra tagolódott: a hazai ügyeket a Belföldi Tájékoztatási Osztály intézte, míg a külföldi propaganda, a tájékoztatási egyezmények és a nemzetközi kapcsolattartás kérdései a Nemzetközi Osztályhoz tartoztak. A sajtóigazgatási, a nyomdai-kiadói, az árhatósági, a személyzeti és munkaügyek a Közgazdasági és Nyilvántartási Főosztályhoz tartoztak, míg a titokvédelem, a mozgósítással kapcsolatos tervek kidolgozása és a honvédelmi újságírás ekkortól hangsúlyossá váló feladata a Honvédelmi Propaganda Osztályhoz került. A legnépesebb részleg továbbra is a Kádár Jánosné által vezetett Sajtó-közigazgatási Főosztály maradt, ahol a 14 politikai és három adminisztratív-technikai munkatárs mellett a Posta-vezérigazgatóság által biztosított 12 fő és további két nyugdíjas is olvasta a külföldről érkező kiadványokat.⁴⁸ A Sajtó-közigazgatási Főosztályhoz képest a Tájékoztatási kilenc, a Közgazdasági és Nyilvántartási nyolc politikai munkatársat foglalkoztatott, míg a honvédelmi propaganda feladataira három fő állt rendelkezésre. A hivatal összes státusa ezzel 35-ről 48-ra duzzadt, míg a politikai munkatársak száma 25-ről 34-re emelkedett. A részlegek száma 1971 végén tovább növekedett, amikor szabályozták a hivatal személyzeti jogköreit. A „lapgazda nélküli” lapok vezetőinek kinevezése a hivatal elnökéhez került, és a pályára kerülés, a képzés, a továbbképzés, az alkalmazás, a minősítés, a kitüntetések, jutalmazások és ösztöndíjügyek intézése a Személyzeti és Oktatási Osztály feladata lett.⁴⁹

Az akkor már 50 státussal működő Tájékoztatási Hivatal 1972 áprilisában vonta meg az átalakítás – nem meglepő módon pozitív – mérlegét az APB számára. A jelentés aláhúzta, hogy arányosabb, ésszerűbb munkamegosztás jött létre az APO és a hivatal között, javult, rendszeressé vált a kormányzati munka népszerűsítése, az addig hanyagolt sajtószervek tájékoztatása, jobb hatékonysággal folyik az ország külföldön való megjelenítése, és minden egyéb rábízott feladatot is fennakadások nélkül ellát.⁵⁰

1974-ben a hivatal bürokratikus burjánzásának újabb jele, hogy osztályai főosztályokká minősültek át, így a második féléves munkaterv már öt főosztály feladatait tartalmazta. Ezek: Tájékoztatási Főosztály, Nemzetközi Kapcsolatok Főosztálya, Propaganda Főosztály, Személyügyi és Oktatási Főosztály, Kiadói és Közgazdasági Főosztály. A négy-öt évvel korábbiakhoz képest a nemzetközi és a propaganda főosztály területe bővült ki. Az előbbi a korábban jelzett feladatokon túl rendszeres tájékoztatást tartott a Magyarországon dolgozó külföldi tudósítóknak, és intézte az újságírók útlevelügyeit. Az utóbbi a honvédelem mellett más fegyveres testületek, a sport, a jogi területek propagandáját is koordinálta.⁵¹

A hivatal 1980-as belső átszervezése ismét csak egy személycseréhez köthető. A Népszabadság élére kinevezett Várkonyi Péter helyét átvevő Bajnok Zsolt egyrészt leválasztotta a lapok utólagos ellenőrzését, a sajtómunka tervezését, a cikk és beszédírói kérések teljesítését a Tájékoztatási és a Propaganda Főosztályokról, és létrehozta az önálló Elemző Főosztályt. Másrészt megalakította a Tájékoztatási Hivatal Titkárságát, amely átvette a főosztályokhoz nem kötött tevékenységeket, mindenekelőtt a hivatal belső működésével kapcsolatos teendők megszervezését, valamint a nemzetközi és a titokvédelmi ügyeket. A Tájékoztatási Főosztályon a hazai sajtóval való

kapcsolattartás, az eligazítások, sajtótájékoztatók szervezése, a kommunikék és utasítások kiadása maradt.⁵²

Az 1980-as években a Tájékoztatási Hivatal funkciója egy ponton bővült érdemben: a kormányzóvivői funkció bevezetésével. A sajtóirányítás hatékonyabb működését célzó elképzelések összegyűjtésekor az 1980-as évek elején a Tájékoztatási Hivatal is elkészítette a maga tervezetét, amelyben két területet emelt ki. Egyrészt az állandó kormányzóvivői funkció létrehozását, megteremtendő a közvetlen kormányzati kommunikáció gyakorlatát. Másrészt a szerkesztőségi információk egységesítését, szakítva az állami és pártvonalon adott tájékoztatás „kettősségével”.⁵³ Az utóbbi téren nem történt változás, míg a kormányzóvivői pozíció a következő elnök, Bányász Rezső alatt vált valóra, vagyis akár csak az 1950-es évek végén, az 1980-as évek közepén is a külügyi szóvivőből (és sajtófőosztály-vezetőből) lett általános kormányzóvivő. E munka hátterét egy új részleg, az önálló Szerkesztői és Szóvivői Osztály biztosította. Az óvatosságot mutatja, hogy a szóvivőnek „szerény”, a „szükséges alkalmakra” korlátozó szerepet szántak, gondos mérlegeléssel megválasztott események kapcsán.⁵⁴

Rendkívüli helyzetekben előfordulhatott, hogy ideiglenes jelleggel egy-egy úgynevezett operatív munkacsoportot állítottak fel az adott kérdés sajtóbeli kezelésére, azaz a sajtóirányítás átváltott kézi vezérlésre. Az 1986. tavaszi csernobili erőmű-katasztrófa után például miniszterelnök-helyettesi vezetésű válságbizottságot hoztak létre, amelynek tájékoztatási stábját is megalakították, élére pedig a Tájékoztatási Hivatal egyik osztályvezetőjét állították. Tömegszerencsétlenségek alkalmával az eseményt kivizsgáló kormánybizottság egyben a tájékoztatás kérdésében is illetékes volt. Az 1984-es Los Angeles-i olimpia bojkottjához csatlakozás után a Központi Bizottság négy osztályának (APO, Közigazgatási és Adminisztratív Osztály, Párt- és Tömegszervezetek Osztálya, Külügyi Osztály), a KISZ KB és az Országos testnevelési és Sporthivatal képviselőiből álló munkacsoportot hozta létre a PB az események és közhangulat követése és a tájékoztatás összehangolása érdekében (Takács, 2005b: 258).

3.2. Egyéb kormányzati szereplők

A Tájékoztatási Hivatal működése mellett az egyes minisztériumok, országos hatáskörű szervek is szükségét érezték annak, hogy saját tárcaérdekeiknek megfelelő kommunikációt folytassanak, és ezért saját sajtórészleget tartsanak fenn, amit maga a hivatal is szorgalmazott. A legfőbb feladatuk természetesen a sajtóval való kapcsolattartás volt: egyrészt a minisztériumi sajtótájékoztatók lebonyolítása, másrészt a sajtó figyelése és a minisztériumi vezetés informálása a tömegkommunikációban megjelent, a tárcát érintő cikkekről, műsorokról. A minisztériumokban, országos hatáskörű szervezetekben végezték az adott területről szóló nagyobb lélegzetű cikkek ellenőrzését is, ám az nem elsősorban a sajtóosztályok reszortja volt, hanem az adott kérdéskör megfelelő szintű minisztériumi vezetőjéé.

A minisztériumi sajtóosztályok a korszak egészében változatos képet mutattak, mind létszámukat, mind szervezeti hovatartozásukat tekintve, de legfőképp mindennapi gyakorlatuk, aktivitásuk, a sajtóhoz való viszonyuk alapján. Az 1960-as évek első felében az újságírók rendszeresen szóvá tették a minisztériumi sajtóosztályokkal kapcsolatos negatív tapasztalataikat: a minisztériumok elutasító viselkedését, az együttműködés és az informálás rendszertelenségét vagy éppen megtagadását, egyes témák minisztériumi tisztségviselők általi kisajátítását, letiltását.⁵⁵

Az újságírók és a sajtóosztályok viszonyának, illetve az utóbbiak helyzetének rendezésére az 1960-as évek első felében tettek először kísérletet a központi szervek. Az első állomást az a megállapodás jelentette, amely a kormánytagok és a szerkesztőségvezetők közötti, Kállai Gyula részvételével 1960 novemberében tartott megbeszélésen született. Ez kölcsönös kötelezettségeket írt elő. A szerkesztők vállalták, hogy elejét veszik a téves adatot, pontatlanságot tartalmazó cikkek megjelenésének, és megkövetelik a gondos adatellenőrzést – a minisztériummal is egyeztetve –, illetve azt is, hogy amennyiben az újságírók nem közlésre való esetekkel találkoznak, azt az információt továbbítják a minisztérium felé. A fentieket elmulasztó kollégákkal szemben fellépést ígértek. Ezen túl garanciát jelenthetett a sajtó „megbízhatóságára” az a kérés, hogy egy adott területtel stabilan ugyanaz a munkatárs foglalkozzon. A miniszterek viszont írásos ígéretet tettek arra, hogy minden – a titoktartás körébe nem tartozó – kérdésben megadják a kért felvilágosítást az újságíróknak, segítik az újságírók mozgását, anyaggyűjtését a minisztérium alá tartozó intézményekben, meggyorsítják a beküldött cikkek ellenőrzését, amit az adatok pontosítására korlátoznak.⁵⁶

Ezt a megállapodást fejlesztette tovább és emelte kormányhatározat szintjére az 1014/1963. számú minisztertanácsi határozat, amely kimondta, hogy a sajtóbeli „javaslatokban, illetve bírálatokban érintett állami szerv közvetlen felettese köteles a javaslatot, illetve a bírálatot megvizsgálni, s a szerkesztőségnek választ adni, amennyiben a szerkesztőség [...] választ kér”.⁵⁷ A hivatalos indoklás szerint az olvasók szeretnék tudni, milyen intézkedések történtek egy-egy újságcikk megjelenése, riport elhangzása után. Bár nincs okunk kételkedni abban, hogy ilyen igény valóban létezett,⁵⁸ legalább ilyen erősnek tekinthetjük a pártvezetés azon szándékát, hogy elkerüljék azt a látszatot, hogy a felmerülő problémákat nem orvosolják. A szabályozást motiválták az ENSZ-ben és más nemzetközi fórumokon Magyarországot érő, a tényleges sajtószabadságot kétségbe vonó támadások is. Ezért utasították el az ellenőrzetés kötelezettségének jogszabályba foglalására vonatkozó miniszteri kéréseket, illetve a szabályozást elrendelő PB-határozat azon kitételét, miszerint a szerkesztőség köteles közölni az illetékes szerv választát, amennyiben a cikk egészét vagy egyes lényegei részeit nem igazolja a közlés nyomán elrendelt vizsgálat.⁵⁹ Márpedig a gyakorlat azt mutatta, hogy az állami szereplők sűrűn éltek ezzel a jogukkal, és ha érdekük úgy kívánta, részletkérdésekbe kapaszkodva igyekeztek diszkreditálni a cikk egészét. Nehogy elfeledjük azonban, hogy a határozat elsősorban az újságírók érdekeit fejezte ki, megszületésében is komoly szerepe volt a sajtóban dolgozók részéről érkező nyomásnak. A Magyar Sajtóban a határozat megjelenését követő méltató cikk azt is jelezte, hogy az „alku” az újságíró-társadalom részéről is áll: „Ilyen határozatot csak olyan országban lehet hozni, ahol a sajtó bebizonyította, hogy alapelve az igazság és a társadalom érdekeinek szolgálata”.⁶⁰

A felettes állami sajtóirányító szerv több alkalommal is napirendre tűzte a sajtóosztályok egységes szabályozását. A Tájékoztatási Hivatal azt tartotta volna ideálisnak, ha azok közvetlenül a miniszter első helyetteséhez tartoztak volna, nem valamely más egység – igazgatási osztály, titkárság – vezetőjéhez, annak érdekében, hogy a sajtóosztályok kellő tekintéllyel rendelkezzenek, és megfelelő rálátásuk legyen a minisztérium munkájára, valamint részt vehessenek a tárca legfontosabb ügyeit megvitató kollégiumi üléseken, így minden, a sajtóval való kapcsolattartáshoz szükséges információ a rendelkezésükre álljon. Ettől egyben azt remélték, hogy a sajtó közel azonos mélységű és színvonalú információhoz juthat minden szakterülettel kapcsolatban.⁶¹ A minisztériumi visszajelzések viszont arról tanúskodnak, hogy a tárcák elutasították a sajtóirányítás beavatkozását szervezeti rendjükbe, működésükbe, védelmükbe vették a sajtóval foglalkozó részlegeik adott felépítését.⁶² 1965-ben annyit sikerült azonban elérni, hogy a minisztériumokban szabályzatok szülessenek a sajtórészlegek feladatköréről.⁶³

Egy évtizeddel később a Tájékoztatási Hivatal a gazdasági tárcák tájékoztató tevékenységéről azt állapította meg, hogy abban erős tárcaszemlélet érvényesül. Mi több, a reformok nyomán a minisztériumoktól jelentősen függetlenedő iparági, tröszt és vállalati tájékoztatás kontrasztban állt a minisztériumi gyakorlattal, mivel a szervezetek lényegében csak „eredményekről, új létesítményekről és tervekről” adtak információt, a problémák tárgyalása elől elzárkóztak. A hivatal újra felvetette, hogy azt látná célszerűnek, ha a sajtórészlegek irányítói osztályvezetői vagy főosztályvezetői beosztást kapnának, és közvetlenül a miniszter vagy a minisztériumi államtitkár alárendeltségében dolgoznának.⁶⁴

A minisztériumi sajtóosztályok helyzetének átfogó felméréséhez a PB 1977. évi tájékoztatási határozata adta meg a szükséges impulzusokat, mivel kimondta, hogy:

„...a tájékoztatás irányításában tovább kell növelni az állami és társadalmi szervek, mindenképp a kormány Tájékoztatási Hivatala, a minisztériumok és főhatóságok, a tömegszervezetek vezető testületei, valamint a Magyar Újságírók Országos Szövetsége felelősségét [és] fejleszteni kell a tájékoztatás irányításának állami rendszerét.”⁶⁵

A felmérés ugyanazt a tarka képet mutatta, mint egy évtizeddel korábban: a 32 intézményből hat helyen működött önálló tájékoztatási osztály, kilenc helyen sajtóosztály, hat szervnél sajtócsoporthoz, egynél sajtórészleg, míg négy helyen sajtószolgálat, további hat intézményben pedig csak sajtóreferens. Mindez tükröződött a sajtóval foglalkozó részleg vezetőjének rangjában és szervezeti besorolásában, amely főosztályvezetőtől egyszerű főelőadóig terjedt. Az esetek többségében nem valósult meg a Tájékoztatási Hivatal azon törekvése, hogy a tájékoztatásért felelős vezető miniszteri-hivatalvezetői, de legalább államtitkári rangú személy alá tartozzon – csupán kilenc szervnél (28%) volt így. Hét esetben a vezető titkárságnak, 13 intézményben az egyik főosztálynak, míg három esetben csak egy-egy osztálynak volt alárendelve a sajtóosztály feje. Ez – húzta alá a jelentés ismét – akadályozta, hogy a sajtóügyekben illetékes minisztériumi vezetők részt vegyenek a minisztérium érdemi fórumain. Így rendszeresen előfordulhatott, hogy a minisztériumi vezetőkkel bizalmas viszonyt ápoló újságírók tájékozottabbnak bizonyultak a sajtórészlegek vezetőinél. Volt, ahol a tájékoztatási feladatok csak az adott részleg másodlagos funkciói közé tartoztak, több szervnél nem készültek sajtóelemzések, vagy csak a bíráló cikkek regisztrálására és megtámadására szorítkoztak, és kevés helyen vették komolyan, hogy a külföldre irányuló propagandával is foglalkozzanak.⁶⁶

A 2013/1978 számú minisztertanácsi határozat megerősítette a Tájékoztatási Hivatal hangsúlyos feladatát a kormányzati munka segítésében és a minisztériumi sajtórészlegek koordinálásában. A hivatal alapvető törekvése, a sajtórészlegek legalább államtitkári szint alá rendelése továbbra is csak az intézmények három nyolcadában valósult meg.⁶⁷

A minisztériumok közül volt néhány, amely az újságírással kapcsolatos sajátos feladatokat is ellátott – ilyen volt a Külügyminisztérium, a korszakban különböző neveket viselő Kulturális Minisztérium, a Közlekedési és Postaügyi Minisztérium, a Belügyminisztérium, a Honvédelmi Minisztérium és a Könnyűipari Minisztérium.

A Külügyminisztériumnak három szinten volt érdemi befolyása a sajtóügyekre. Egyrészt a külügy igyekezett érvényesíteni azt, hogy a nemzetközi vonatkozású cikkek és műsorok a minisztérium álláspontját képviseljék, de legalábbis ne keresszék a külügy törekvéseit. Így a Külügyminisztérium volt az egyik legaktívabb „panaszos” a sajtóirányításnál a lapokban megjelentekkel, műsorokban elhangzottakkal kapcsolatban. Különösen, mert a külföldi partnerek kifogásai is a külgyhöz futottak be, vagy a kinti magyar nagykövetségek jelentéseiben vagy a Budapesten működő külföldi nagykövetségekről. A Külügyminisztérium illetékes Sajtófőosztálya ezért nemcsak rendszeres kérésekkel, tiltásokkal fordult a sajtóhoz, hanem részt vett a külföldre kiküldött tudósítók felkészítésében is. A külföldön dolgozó magyar tudósítók munkájának irányításában és konkrét – akár technikai – segítésében a nagykövetségek is szerepet vállaltak. A követségeken egy-egy munkatárs sajtóattasé beosztásban részt vett az újságírók orientálásában, programszervezésében. Feladatuk volt a kapcsolattartás a helyi sajtóirányító szervekkel és médiumokkal, rájuk hárult – főleg ott, ahol nem nyílt magyar sajtóiroda – a Magyarországról érkező sajtóanyagok és információk kiadványok terítése is.⁶⁸ Rendszeres jelentést készítettek a fogadó ország sajtójának főbb jelenségeiről – különös tekintettel hazánk ábrázolására.

Bizonyos áttételeken keresztül a szocialista országok, mindenképp a szovjet irányító szervek is részt vettek a magyar sajtó irányításában. Ennek legmagasabb szintű – elvi útmutatást adó – csatornája az 1970-es években épült ki: az ideológiai és nemzetközi ügyekkel foglalkozó KB-titkárok találkozóit először 1973 decemberében rendezték meg. Ez fórumot teremtett a nemzetközi helyzet értékelésére, a nyugati „propaganda” elemzésére, illetve a nemzetközi kérdések interpretálásának egyeztetésére. Az itt rögzítettek nemcsak a külföldnek szóló kommunikáció számára adtak irányelveket, mivel a sajtóirányítás a külső és belső tájékoztatás összhangját képviselte: „szilárd álláspontunk, hogy nincs kétféle propaganda, hogy hazai és külföldi propagandánknak ugyanazt kell mondania”

(Aczél, 1974: 12).

A szovjet sajtóirányítás és diplomácia intézményes úton elsősorban nagykövetsége, illetve a moszkvai magyar nagykövetség a szovjet külügyminisztérium sajtóosztályával és információk osztályával fenntartott kapcsolata révén adott folyamatos visszajelzéseket arról, mennyire van megelégedve azzal, ahogyan a magyar sajtó a Szovjetunióval foglalkozik.⁶⁹ Ezen felül rendszeresen eligazították a szocialista országok nagykövetségeit, milyen hivatalos álláspontot képvisel a Szovjetunió, illetve a szovjet sajtó a nagy jelentőségű külpolitikai kérdésekben. A két ország pártjai agitációs és propaganda osztályainak – nem rendszeresített – érintkezései szintén informális lehetőséget teremtettek a szovjet elvárások megfogalmazására.

A Külügyminisztérium Sajtóosztálya elsődleges terepe a külföldnek szóló tájékoztatás, a külföldről érkező újságírók tájékoztatásának szervezése és a magyar újságírók külföldi tevékenységének tervezése, nyomon követése volt. Az előbbivel a Külföldi Információs Osztály, az utóbbival a Belföldi Információs Osztály foglalkozott. Az 1960-as években a külföldre irányuló propaganda szervezését a főosztályra bízták, bár megfelelő hatáskört nem kapott hozzá. Az 1970-es évek elején átalakított szervezetrendszerben a Tájékoztatási Hivatal vette át a szervezést, míg a Sajtóosztály a titkári teendőket látta el. A Sajtóosztály vezetője egyben a Külügyminisztérium szóvivőjének is számított, ilyen minőségében szervezte a külföldi újságíróknak szóló tájékoztatókat, valamint rendszeres eligazítást tartott a külpolitikai újságírók részére. A főosztály nyilvántartást – és tiltólistát – vezetett a hazánkba látogató külföldi újságírókról, illetve a Tájékoztatási Hivatallal együtt statisztikát készített magyar újságírók utazásairól. Egy külügyi rovatvezető négy szervhez is fordulhatott: az Agitációs és Propaganda Osztály, valamint a Tájékoztatási Hivatal mellett a pártközpont Külügyi Osztálya és a Külügyminisztérium is rendelkezésére állt. Megfelelő sorrendválasztással, ügyes kérdezőszóval, e szervek válaszainak egymás ellen való kijátszásával maga is „manipulálhatta” a végső döntést.

A változó elnevezésű Művelődési/Kulturális Minisztérium helyzete annyiban volt különleges, hogy a hazai sajtó egy szegletének állami irányítása hozzá tartozott – ahogy a párt Tudományos, Kulturális és Közoktatási Osztálya, a kultuszminisztérium is a művészeti, irodalmi sajtóért viselt felelősséget. Az 1960-as évek közepén megfogalmazott feladatköre alapján a minisztérium sajtóosztálya részt vett a kultúra területére szakosodott lapok engedélyeztetésében, felügyelte azok adminisztrációs és személyi ügyeit, a lapprofil kialakítását és mindennapi munkájukat. Az utóbbi feladatokat a kulturális rovatokkal és műsorokkal kapcsolatban is ellátta.⁷⁰ A minisztériumnak a sajtó – és 1978-tól a rádió- és televízió – tevékenységére is kiterjesztett ágazati felelőssége, akárcsak a Tájékoztatási Hivatal esetében, elvileg nem érinthette a pártirányítás osztatlanságát, tartalma is hangsúlyozottan csak műsorpolitikai, távlatos kérdésekre terjedt ki.⁷¹ Ennek ellenére kulturális területen a négy sajtóirányító szerv – és esetleg még a lapgazda – léte eleve sokkal szélesebb manőverezési lehetőséget teremtett az irodalmi-művészeti-kritikai sajtó számára, mint amivel a politikai újságírás rendelkezett. A minisztériumhoz tartozott a könyvkiadás engedélyező szerve, a Kiadói Főigazgatóság is.

A Belügyminisztérium és a Honvédelmi Minisztérium sajtóirányításba való bevonását az állami és katonai titkok védelmének igénye indokolta. A titoknak minősülő adatok nyilvános közlésének megakadályozásáért a 3122/1959 számú minisztertanácsi rendelet e két minisztériumot és a Tájékoztatási Hivatalt tette felelőssé.⁷² A titokvédelem kötelezettségét e három szerv közös körlevélben követelte meg a szerkesztőségektől. Ezek előírták, hogy a minisztériumok és az országos hatáskörű szervek a vonatkozó jogszabályok alapján állítsák össze saját területükön a nyilvánosságra nem hozható adatok, információk listáját. A szerkesztőségeket kötelezték, hogy tartózkodjanak az ilyen jellegű közlések publikálásától, illetve kétely esetén forduljanak a Tájékoztatási Hivatalhoz. A Belügyminisztérium munkájához kötődő cikkekben vagy a BM Sajtóosztálya vagy – helyi lapok helyi jelentőségű írásai kapcsán – a megyei rendőr-főkapitányság mondott véleményét.⁷³ A Honvédelmi Minisztériumnál a Magyar Néphadsereg Vezérkari Főnöksége működtette a katonai cenzúrát,⁷⁴ bár e tevékenységet szívesen áthárította volna a polgári szervekre, míg a Politikai Főcsoportfőnökség a Tájékoztatási Hivatal Propaganda Osztályával alakított ki – nem sűrűlődsmentes – együttműködést a honvédelmi propaganda koordinálásában és a honvédelmi tudósítók munkájának segítésében.⁷⁵ A fenti minisztériumokhoz tartoztak a fegyveres erők lapjai is, amelyek irányítása, engedélyezése és személyzeti ügyei nem kerültek át az állami tájékoztatási rendszerhez. 1959 decemberéig a HM-nek saját napilapja is volt, a Néphadsereg című lapot ekkor alakították át hetilappá. A minisztérium – zárt terjesztésű – politikai kiadványai szintén a Politikai Főcsoportfőnökség alá tartoztak, míg pártvonalon a Közigazgatási és Adminisztratív Osztály volt illetékes.⁷⁶

A Közlekedési és Postaügyi Minisztérium, a Könnyűipari Minisztérium és Külkereskedelmi Minisztérium tevékenysége szintén bírt olyan vonatkozásokkal, amelyek a sajtó működéséhez és kontrolljához kapcsolódtak. Am ez nem jelentett tartalmi irányítást: a Magyar Posta a lapterjesztés és az elektronikus médiumok sugárzásának terén bírt monopóliummal, míg a másik kettő a papír és a nyomdai technika előállításában, illetve importjában.

3.3. A Minisztertanács mellett működő bizottságok

Több szocialista ország is létrehozott kormány melletti bizottságokat, amelyek a tájékoztatás kérdéseiben illetékesnek számítottak. Olyan kormányzati „szuperszerv”, amely átfogta a kulturális élet minden szféráját – így a sajtó ügyeit is – az előállításától a terjesztés kérdéseig, csak Bulgáriában alakult ki. Az 1974-ben létrehozott „Komplexum”, a Művészeti és Kulturális Bizottság egyesítette az addig létező kormány melletti bizottságokat (Televízió és Rádió Bizottság, Sajtó Bizottság; Külföldi Kulturális Kapcsolatok Bizottsága), az alkotószövetségeket, valamint az állami és társadalmi szervek, intézmények kulturális részlegeit.⁷⁷

A magyar kormány mellett – lényegesen szűkebb feladatkörrel – egy rövidebb életű bizottság is létrejött ugyanebben az időben. Az Állami Rádió és Televízió Bizottság (ÁRTB) megalakítását a Magyar Rádió és Televízió

1974-es szervezeti szétválasztásával – egyúttal a két médium tevékenysége, irányvonala közti összhang megőrzésének szándéka – indokolták. A testület léte olyannyira a korábbi elnök, Tömpe István személyéhez kötődött, hogy Tömpe 1983 végi nyugdíjazását követően az ÁRTB is megszűnt.⁷⁸

Az ÁRTB a Minisztertanács tanácsadó, véleményező, koordináló és ellenőrző szerve lett. Kompetenciája a két médium közép- és hosszú távú műsorpolitikai koncepcióinak véleményezésére, végrehajtásának követésére, az átfogó műszaki-fejlesztési és beruházási tevékenységének ellenőrzésére, illetve nemzetközi kapcsolataik irányvonalának meghatározására terjedt ki – azaz napi kérdésekkel nem foglalkozott.⁷⁹

Az ÁRTB megszűnésekor az Agitációs és Propaganda Osztály megkísérelte átnyomni egy magyar állami „szuperszerv”, az érintett szervek vezetőiből álló Állami Tájékoztatási Tanács koncepcióját azzal az indoklással, hogy:

„...a tömegtájékoztatásra háruló új és összetettebb feladatok szükségessé teszik egy, a sajtó egész területét átfogó koordináló, kezdeményező, fejlesztési kérdésekben döntéseket is hozó, magas szintű állami szerv létrehozását.”

A tanács a tömegkommunikáció egészére nézve átvette volna a koncepcióalkotás, fejlesztési irányok kialakításának, műszaki-beruházási kérdések megvitatásának, illetve a külföldre irányuló propaganda összehangolásának feladatát. A Politikai Bizottság azonban feleslegesnek ítélte egy újabb szervezet létrehozását a pártközpont két intézménye, illetve a Tájékoztatási Hivatal mellett.⁸⁰

Létezett egy szervezet az állami életben, amely szintén csak áttételesen kapcsolódott a sajtó irányításához: a Tájékoztatást Koordináló Bizottság (TKB) a külföld Magyarország-képének alakításában volt illetékes. Ezzel a külföldre irányuló – a hazai irodalom bemutatásától az iparcikkek reklámjáig terjedő – mindenfajta információs tevékenység közötti összhang megteremtésének feladata a külügytől a Tájékoztatási Hivatalhoz került át.⁸¹ A TKB-nak így az idegen nyelvű sajtóra vonatkozó jogosítványai is voltak. Ezen a területen alapelv volt, hogy a hazai és a nemzetközi tájékoztatás esetében ugyanazok a keretek legyenek érvényben. A testület sajátos öszvérmegoldással lényegében a kérdés minden vonatkozását tárgyalhatta, de nem hozhatott kötelező érvényű, csak elvi határozatot, amelyek végrehajtását a tagokra bízta, így nem is tudta megoldani a külföldi tájékoztató munka összefogását.⁸² A TKB hivatalosan nem szűnt meg, ám 1975 után kevés ügyet tárgyalt meg érdemben, a Tájékoztatási Hivatal és az APO kereste a hatékonyabb koordináció intézményi lehetőségeit, ám végül minden esetben a TKB fenntartása mellett foglaltak állást.⁸³

A TKB-hoz hasonló – alacsonyabb szintű és létszámú – testület volt az 1974-ben megszervezett Jogpropagandát Koordináló Bizottság, amelynek tevékenysége a Tájékoztatási Hivatal Propaganda Osztálya és az Igazságügy-minisztérium együttműködésén alapult.⁸⁴ A honvédelmi és a bűnügyi tudósítói hálózat mellett megszerveződött az igazságügyi tudósítók hálózata is. A bizottság létrejötté abba a folyamatba illeszkedett, amelynek során újabb és újabb területek sajtómunkájának lefedésére, tervszerű működtetésére tett kísérletet a sajtóirányítás. Hasonló koordinációra törekedtek – külön bizottság alakítása nélkül – a sportpropaganda és az idegenforgalmi propaganda terén is.

3.4. Alsóbb szintű párt- és állami szereplők

Az APO hat-nyolcfős Sajtóelosztálya még a Tájékoztatási Hivatal segítségével sem vállalkozhatott arra, hogy az ország összes – több száz, a kis példányszámú lapokkal együtt az 1970-es évektől már másfél ezer – sajtótermékét, szerkesztőségét, illetve a híreket száz számra fogadó MTI és a hetente néhány száz órát sugárzó Magyar Rádió és a százórányi műsort sugárzó televízió működését is szoros ellenőrzése alatt tartsa. Ezért volt egyrészt nagyon komoly racionalitása a szerkesztői felelősség gyakorlatban is működő rendszerének. A kontroll „leosztásának” két másik alapvető módszere is volt, mindkettő a helyi pártszervekre bízta a helyi jellegű feladatokat, fenntartva a felügyelet és beleszólás jogát.

Ennek egyik pillére a területi elv szerint épült ki. A megyei, a városi és a kerületi pártbizottságok szintjén a pártközponthoz hasonlóan létrehozták a pb osztályait, köztük az ideológiai kérdésekért felelős – nem mindenhol egységes elnevezésű – agitációs és propaganda vagy propaganda és művelődési osztályokat. A megyei szervek sajtóval kapcsolatos elsődleges felelőssége a megyei napilapok irányítása volt. Ezek kivétel nélkül pártlapok voltak, szerkesztőségeik 1956 előtt gyakran a megyei pártbizottsággal egy épületben működtek, minimális önállósággal – de sokszor a megfelelő hajlamuk, kapacitásuk sem volt meg ehhez a munkához: a lapokat félig a pártbizottságon szerkesztették. 1956 után az országos sajtóhoz hasonlóan nagyobb szerepet kapott a szerkesztői önállóság, ám a lap káderügyei, munkájának értékelése, a politikai információk továbbítása – utóbbi csak részben – továbbra is a megyei pb-k feladata volt. A megyei lap főszerkesztője általában a megye pártbizottságának a tagja is volt. Ahol az 1980-as évek során létrejött a helyi kábeltelevízió, ott annak az irányítása is a megyei és városi szervek feladata volt. Kisebbségi beleszólásuk volt a Magyar Rádió, a Magyar Televízió és a megyei MTI-szerkesztőség munkájába; ezeket jobbra az országos központjaik instruálták.⁸⁵

A fővárosi sajátosságot jelentő kerületi pártbizottságoknak szintén léteztek a maguk agitációs propaganda részlegei. A sajtóval kapcsolatos munkájuk különösen ott érdemel figyelmet, ahol jelentős országos lapok működtek, így kiemelhetőek a belvárosi kerületek: a VII. és a VIII. kerület, ahol az országos napilapok – és számos hetilap – szerkesztőségei működtek, az V. kerület, ahol a Televízió kapott helyet, illetve az MTI székhelye, az I. kerület. A kerületekben egy-egy munkatárs több pártszervezetért felelt, így bizonyos lapok instruktori teendőit is ő látta el, vagyis ő foglalkozott az adott lap felügyeletével, hozta-vitte a politikai információkat, napi kapcsolatot

ápolta a lapok pártszervezeteivel, részt vett a szerkesztőség jelentősebb gyűlésein, értekezletein, értékelést készített a lap munkájáról, és beleszólása volt a személyzeti ügyekbe is.

A helyi sajtó sajátos szegmense volt az üzemi és az egyetemi újságírás, amelynek felügyelete nem is kettős, hanem hármas tagolódású volt. Az üzemi újságok ugyanis pártlapokként jelentek meg, a pártközpont és a megyei-fővárosi/kerületi pártbizottságok mellett a gyakorlati lapgazdának: a vállalati, üzemi, egyetemi pártszervezetnek is befolyása volt a szerkesztőségre. Ezen felül mozgásterüket gyakran az üzem gazdasági vezetése a fenti szerveknél is nagyobb mértékben behatárolta.

A helyi irányítás másik pillére a szerkesztőségi pártszervezet volt. A sajtóra vonatkozó párthatározatok elvileg a szerkesztőségekben dolgozó kommunistákat emelték „kulcspozícióba” a párt politikájának képviselőjében (Fritz, 1988: 22; Murányi, é. n.: 226). Az 1958-as sajtóhatározat ezt így fogalmazta meg: „A sajtó pártirányításának elsősorban a szerkesztőségekben dolgozó kommunista vezetőkön és munkatársakon keresztül kell érvényesülnie.”⁸⁶

Ennek az elvnek az alapján hívták össze a sajtóban dolgozók kommunisták aktív értekezleteit – ám nem rendszeresen, és a gyakorlatban inkább csak egyes szakterületeken (mint a gazdaság, a külpolitika). Országos újságíró-aktívára egyetlen alkalommal került csak sor, 1971-ben a belpolitikai újságírásról szóló APB-határozat megismertetését követően.

A nagyobb szerkesztőségekben, intézményekben önálló pártbizottság, a kisebb lapoknál pártszervezet működött, amely az adott lapkiadó vállalat pártbizottságához tartozott. A pártszervezet menetrendszerű gyűlésein nyilvánvalóan nagyobb hangsúlyt kaptak a lapkészítéssel kapcsolatos kérdések, a megvitatott témák között rendre szerepeltek az újságírás bizonyos elméleti-politikai kérdései. A lapok többségében a pártszervezet mögött ott állt a munkatársak legalább fele, ami súlyos érvet, hivatkozási alapot teremthetett a szerkesztőségi párttitkárnak. A pártszervezet vezetője komoly kellemetlenséget okozhatott a főszerkesztőknek, különösen akkor, ha valamilyen – például személyi – kérdésben ellentét támadt a főszerkesztő és a pártszervezet között. Az MTI vezérigazgatója és pártvezetősége között például olyan mértékben elmélyült a konfliktus 1970–1971-ben, hogy Barcs Sándor maga kért pártvizsgálatot az ügyben. A problémát az I. kerületi pártbizottságon vizsgálták ki – az APO képviselőjének jelenlétében –, és óvakodtak attól, hogy bármelyik félnek is egyértelműen igazat adjanak; végül mindenki maradt a helyén.⁸⁷ Pethő Tibor szerint ugyanakkor elég szokatlan helyzet volt, hogy a pártszervezet ne támogassa a főszerkesztőt. A Magyar Nemzet helyzete annyiban sajátos volt, hogy a pártszervezet csak a munkatársak harmadát képviselte. A lap főszerkesztője utólag úgy látta, hogy mégis egyfajta „kettős hatalmat” teremtett a szerkesztőségben a párttitkár működése, aki – ha akart – keresztbe tudott tenni. A csatákat elsősorban „pártvonalon” vívták: a párttitkár vagy a kerületi pártbizottságnál vagy a pártközpontban kísérelhette meg érvényesíteni akaratát, ahol örömmel is fogadták, hogy ily módon is betekintést nyernek a szerkesztőség viszonyaiba. Ezeket a vitákat sokszor az döntötte el, hogy a szerkesztőségi párttitkárnak, illetve a főszerkesztőnek milyen „felsőbb kapcsolatai” voltak mind pártvonalon, mind a lapgazda vezetőségében.⁸⁸

Ez azonban nem jelentette azt, hogy a pártszervezetek sikeres főszerkesztő-buktatók lettek volna. Sőt a főszerkesztők egyszemélyi felelőssége és a szerkesztőségi pártszervezet relációjában inkább az előbbi dominanciája érvényesült. Az 1958-as sajtóhatározat rögtön azután, hogy a szerkesztőségi kommunisták szerepét hangsúlyozta, vissza is lépett azáltal, hogy kijelentette: „a pártirányítás természetesen nem érinti a szerkesztőségek vezetőinek önállóságát, és felelősségüket nem csökkenti”.⁸⁹ A főszerkesztő dominanciáját biztosította egyrészt az, hogy a főszerkesztői egyszemélyi felelősség lényegében a főszerkesztőket tette a lappal kapcsolatos politikai döntések centrumába. A lapkészítés mindennapi menetébe a pártszervezet kollektívájának vajmi kevés lehetősége volt beavatkozni, míg a pártszervezet vezetője – aki adott esetben rányithatta az ajtót a főszerkesztőre – rendszerint maga is tagja volt a lap szakmai vezetésének. A szerkesztők többsége eleve párttag volt. Az 1979-es felmérés szerint a főszerkesztők 84, a főszerkesztő-helyettesek 77,2 százaléka lépett be az MSZMP-be, vagyis a legtöbb szerkesztőségben a párttitkár és a főszerkesztő egyszerre volt egymás alá- és fölérendeltje.⁹⁰ Ráadásul a főszerkesztők rendszeresen részt vettek a pártközpontban és a kormányzati vezetők által tartott bizalmas értekezleteken, így értesüléseik „magasabb forrásból” származtak. A szerkesztőségi titkárok legtöbbször a kerületen keresztül tájékozódhattak. Így aztán rendszeres panaszuk volt a felettes pártszerveknél, hogy nem vonják be őket a lapszerkesztés megvitatásába, nem kapnak megfelelő irányítást az illetékes (kerületi) pártszervtől.⁹¹ Soltész István – aki az 1970-es évek elején a Magyar Hírlap pártszervezetét vezette – úgy írja le Darvasi István főszerkesztőt, mint aki rendszeresen magához rendelte a pártszervezetet, és utasításokat osztogatott.⁹²

A megyei lapoknál a területi rendszer alapvetően egy logikus, működőképes megoldásnak látszott, noha végig hiányos volt a központi és a helyi pártszervek közti információáramlás. A megyei szervek csak közvetve, leginkább a főszerkesztő személyén keresztül tudták, hogy milyen instrukciók hangoztak el országos szinten, még ha rendszeresen megtartották a megyei ideológiai titkárok értekezleteit is. Ugyanakkor a központi sajtóirányításnak sem jutott energiája a megyei tapasztalatok összegzésére. Időnként a központi munkatársak ellátogattak egy-egy megyei pártbizottsághoz, illetve rendszeresen voltak a megyei ideológiai titkárok értekezletei, ugyanakkor a központi szervek által tárgyalt megyei témák esetlegesen voltak, az anyagok egy-egy pillanatnyi nekibuzdulást jeleztek.

Az országos lapok tekintetében a pártirányítás alsóbb szintjei a felemás helyzetben legtöbbször nem találták meg a számukra adekvát cselekvési teret, működésük gyakorlatilag formálissá vált.⁹³ Réti Ervin egyenesen arról számolt be, hogy a pártszervezetnek az Esti Hírlapnál dolgozó párttagok sem tulajdonítottak különösebb jelentőséget. Olyannyira, hogy a párttitkári tisztség inkább teher volt, amelyet rotációs rendszerben osztottak – volt, hogy

sorsoltak – ki, míg a taggyűléseket csak a legszükségesebb esetekben tartották meg. A kerületi pártbizottság instruktorának tekintélyéről pedig sokat elárul, hogy azt maguk között csak „gyalogkakukknak” nevezték.⁹⁴

Az állami sajtóirányítás alsóbb szervezetei – a tanácsok igazgatási osztályai – nem gyakoroltak érdemi befolyást a helyi sajtó működésére. Szerepük adminisztratív teendők ellátására korlátozódott: a területükön kiadott, korlátozott – negyedévesnél ritkább – időközökben megjelenő kiadványok engedélyeztetése tartozott a hatáskörükbe. Az 1970-es évek közepén azonban a kormányzat ezt a hatáskört is elvonta tőlük, mivel a kérelmek elbírálásában nem voltak felkészülve a tartalmi-politikai szempontok érvényesítésére, illetve mert ez a gyakorlat a megjelenő kiadványok egységes nyilvántartását is lehetetlenné tette.⁹⁵ Ezzel a helyzettel a Tájékoztatási Hivatal már egy évtizeddel azelőtt szembesült, amikor százával talált olyan kiadványokat, amelyekre az engedélyeket nem az arra hivatott intézmény adta ki, vagy engedélyeztetés alól mentesítettként állították elő.⁹⁶

4. Társadalmi, gazdasági és a tömegtájékoztatáson belüli szereplők

A sajtó irányításában – országos szinten és általános jelleggel – ebből a körből elsősorban a Magyar Újságírók Szövetsége vett részt. A MÚOSZ a korszakban az újságírók szakmai és érdekvédelmi szervezeteként működött. 1956 novemberétől januárig – miközben a lapok elsőpró többsége nem jelent meg, a szerkesztőségek tetszhalott állapotban voltak, és az újságírók klubokban, kávéházakban legfeljebb „kihelyezett” tanácskozásokat tarthattak – a MÚOSZ-székház vált az újságírói mozgolódások centrumává. A helyzet abszurditását mutatja, hogy a szovjet nagykövetség közvetlen közelében található épületre egy – a nagykövetség előtt álló – tank csöve meredt.⁹⁷ Miután a Kádár-kormánnyal folytatott tárgyalások nem vezettek eredményre, a kormányzat az újságírósztrájk letörése és a MÚOSZ működésének felfüggesztése mellett döntött. Az újságíró-szövetséget az átmeneti időszakban Siklósi Norbert kormánybiztosként irányította, majd 1958 júniusában a MÚOSZ megtartotta újjáalakuló közgyűlését, amelyen Siklósit főtitkárrá, az 1945 után újságírói tevékenységet nem végző Szakasits Arpádot pedig elnökké választották. A MÚOSZ élén a közgyűlésen megszavazott 40 tagú (30 tagból és 10 póttagból álló) vezetőség működött, amely saját tagjaiból egy szűkebb vezető testületet választott, a 9-15 fős elnökséget.

A MÚOSZ-ra osztott funkciók közül az újságírók szelekciója volt az elsődleges. Ezt két fő mechanizmussal biztosították. Egyrészt ahhoz, hogy bárkit újságírói státusba vegyenek, elvileg az illetőt a MÚOSZ-nak is fel kellett vennie tagjai sorába. A külsős szerzőség és az alapfizetésekhez képest kifejezetten magasan megállapított honoráriumkeretek teremtettek némi lavírozási lehetőséget a szerkesztőknek, rovatvezetőknek – amennyiben az érintett személye nem állt kifejezetten tiltás alatt. A másik mechanizmust a MÚOSZ képzési rendszere jelentette. Az 1950-es évek végén megszűnő egyetemi újságíró tanszék helyét a MÚOSZ tanfolyamai vették át. A tanfolyam elvégzését kötelezővé tették a pályakezdő újságírók számára, a MÚOSZ-szakvizsgák elmulasztása jogalapot teremtett a munkaszerződés felmondásához – ami mellett az íráskészség hiánya és a nem megfelelő emberi magatartás és politikai gondolkodás is kizáró oknak számított. Az újságírók kiválasztásába azonban csak a szerkesztőségeknek volt gyakorlati beleszólásuk – nem számítva a protekciós nyomást és az esetleges állambiztonsági kifogásokat, a tanfolyamokra a jelentkezőket a MÚOSZ az 1956 utáni bő egy évtizedben még nem rostálhatta meg. Igaz, csak a szerkesztőségek egy szűkebb körének biztosította a sajtóirányítás azt a lehetőséget, hogy gyakornokokat alkalmazhassanak.⁹⁸ A pályára kerülés kritériumainak szigorítását a Titkárság 1969 júniusában hagyta jóvá, és írta elő egy felvételi bizottság megalakítását, amely az első gyakornoki év leteltével bírálta el a kétéves – a MÚOSZ Oktatási Igazgatósággá alakult Tanulmányi Osztálya által irányított – iskolára jelentkezők alkalmasságát.⁹⁹ A Tájékoztatási Hivatal szabályozása nyomán még 1969-ben létrejött az Újságíró Felvételi és Minősítő Bizottság, amely pár évvel később két különálló testületre vált szét: az Újságíró Felvételi Bizottság a MÚOSZ-iskola kezdetén, az Újságíró Szakvizsga Bizottság annak befejezésekor vizsgálta a pályakezdők felkészültségét.¹⁰⁰ Mindez nem változtatott azonban azon, hogy a MÚOSZ csak olyan jelölteket bírálhatott el, akiket korábban a szerkesztőségek már kiválasztottak, és félig-meddig pályára állítottak.

A másik jelentős vonatkozás, amelyben a MÚOSZ elvi irányító szerepebe került, a szakmai normák – és a politikai felelősség – betartatása volt. A MÚOSZ etikai kódexét, amely nemcsak az újságírószakma mesterségbeli szabályait rögzítette, hanem egyfajta politikai értékrend vállalását is előírta, csak 1974-ben rögzítették (Sipos & Takács, 2005: 57). Azt megelőzően – noha az 1960-as évek első felében a Magyar Sajtó című folyóiratban vitát is indítottak az etikai szabályozásról – a legfontosabb elveket a szövetség alapszabálya tartalmazta, és működött a MÚOSZ fegyelmi, majd etikai bizottsága. Ez volt hivatva eljárni, büntetést kiszabni olyan esetekben, amikor az újságírók vétettek a szabályok ellen: ezek többségét kisebb-nagyobb plágiumbotrányok és gazdasági vétségek tették ki,¹⁰¹ de előfordultak emberi magatartással kapcsolatos ügyek csakúgy, mint egy-egy közlés kapcsán a politikailag felelős magatartás megsértése. Nemegyszer a Tájékoztatási Hivatal vagy az Agitációs és Propaganda Osztály hívta fel a MÚOSZ etikai bizottságának a figyelmét arra, hogy egy-egy üggyel foglalkoznia kellene. Nem minden „problémás eset” került persze e grémium elé, hiszen a cikkekben érintettek a szerkesztőséget – a felelős szerkesztőt – sajtóper vagy rágalmozási per keretében támadhatták meg, és kényszeríthették ki a helyreigazítást.

A harmadik terület, ahol a MÚOSZ szereppel bírt, az újságírók tájékoztatása volt. A közgyűlések közötti időszakban a szövetség legaktívabb testületei a szakosztályok voltak. Ezek egy-egy terület – belpolitikai, külpolitikai, gazdasági, kulturális, idegenforgalmi, fotós, üzemi stb. – újságíróit fogták össze. E keretek között nyílt mód az adott terület szakmai kérdéseinek megvitatására, sőt időnként egyes lapok, lapcsoportok munkájának bizonyos aspektusait is elemezték, megtárgyalták, az APO ugyanis a sajtó munkájának utólagos értékelésébe is aktívan be kívánta vonni a lapok szakosztályait. Emellett a szakosztályok szervezésében tartották a legtöbb – politikusok, szakemberek meghívásával zajló – tájékoztatót. 1960-ban úgy döntöttek, hogy a MÚOSZ-látogató vezetők beszélgetései ne legyenek bizalmas jellegűek – mint a Tájékoztatási Hivatalban és a pártközpontban is rendszeresített megbeszélések –, ám ezzel párhuzamosan a meghívottak rangja is tükrözze a különbséget: a MÚOSZ csak miniszterhelyetteseket vagy alacsonyabb beosztásban dolgozókat kérjen fel.¹⁰² A „kérés” mögött

nemcsak az állt, hogy a pártközpont szerette volna megőrizni a főszerkesztői tájékoztatók exkluzivitását, hanem az is, hogy a sajtóirányítás a szakosztályok tagságának szintjén nem látta garantálnak sem a titoktartás biztonságát, sem a felelősség megállapításának lehetőségét indiszkréció esetén. Ez viszont oda vezetett, hogy számos, túlságosan általánosságban mozgó vagy apró kérdéseknél leragadó tájékoztatót szerveztek, amely iránt az érdeklődés is meglehetősen gyér volt, ráadásul a megjelenést sem tartották számon úgy, mint a főszerkesztői, rovatvezetői értekezleteken.¹⁰³ Réti Ervin ugyanakkor arról számol be, hogy az 1980-as évek első felében a külpolitikai szakosztály szervezésében nagyon nyílt konzultációk folytak a külügyi vezetőkkel, olyannyira, hogy az 1983-ban a szovjet légvédelem által lelőtt koreai utasszállító gép ügyéről is felvilágosítást adó Szűrös Mátyást a hallgatóság egy tagja rögtön „fel is jelentette” a MÚOSZ-székházzal szemközti szovjet nagykövetségen.¹⁰⁴

A nyomdász szakszervezettel megosztva végzett érdekvédelmi, üdültetői – 1976-ban 2500 újságírónak biztosítottak üdülési lehetőséget a három üdülő és a két hétvégi ház valamelyikében –, szociális feladatokon, valamint a nemzetközi kapcsolattartáson, újságíró-delegációk útjainak szervezésén túl a MÚOSZ a Sajtójogi Bizottsága révén is bekapcsolódhatott a sajtóirányítás munkájába. Az 1960-as évek közepén a Tájékoztatói Hivatal felkérésére a bizottság hamar előásott egy fél évtizedes tervezetet, és maga is előállt egy variánsal.¹⁰⁵ Akkor nem lett semmi a tervezetből, de a megmutatkozó aktivitás azt mutatta, hogy a szakma képviselői készek volnának nagyobb mértékben részt venni az újságírás játékszabályainak alakításában.

Az egyéb társadalmi szervezetek a sajtóhoz elsősorban mint lapgazdák kötődtek. A Szakszervezetek Országos Tanácsának igen tekintélyes számú lapja volt, hiszen a Népszava mellett az egyes ágazati szakszervezeteknek is jelentek meg saját kiadványaik. A Kommunista Ifjúsági Szövetség ugyan nem kapott – törekvései ellenére sem – napilapot, de a Magyar Ifjúság című hetilap mellett az ifjúsági sajtó nyolc-kilenc lapjára, köztük több, százezer feletti példányszámban megjelenő, népszerű lapra (Füles, Pajtás) felügyelt. Napilapja a társadalmi szervezetek közül a fentiekén kívül csak a Hazafias Népfrontnak volt, amely a Magyar Nemzet mellett a három-négyszázezer példányban megjelenő, a vidéknek szóló Képes Újság és az 1980-as években alapított Képes 7 című hetilapot is gondozta. A lapgazdák közül – a hozzájuk tartozó kiadványok száma miatt – kiemelhető a Műszaki és Természettudományi Egyesületek Szövetsége és a Magyar Tudományos Akadémia, ám ezek minimális szerkesztőségi létszámmal működő, alacsony példányszámú szakmai-tudományos folyóiratokat jegyeztek.

A KISZ és a SZOT különleges helyzetben volt, mivel mindkettő lapkiadó vállalatot is igazgatott, illetve a többi lapnál is jelen volt, hiszen a szerkesztőségekben nemcsak párt-, hanem KISZ-szervezet és szakszervezet is működött. A többi társadalmi szervezetnek nem volt ilyen „gazdag” a palettája, ám széleskörű agitációs és propaganda tevékenységet kifejtettek, ami szükségessé tette, hogy ezekben a szervezetekben szintén létrehozzák a sajtóügyeikkel is foglalkozó agitációs és propaganda osztályokat.

A lapgazdák vezető testületei rendszeresen napirendre tűzték a hozzájuk tartozó lapok munkájának értékelését is. Ha valamilyen probléma merült fel a lappal vagy a szerkesztőség belső viszonyaival kapcsolatban, a lapgazdának kellett eljárnia, ahogy a kinevezés és a felmentés is az ő feladata volt. A lapgazda adott esetben bizonyos védelmet is jelenthetett a Tájékoztatói Hivatallal és az APO-val szemben, amennyiben a tömegszervezet vezetői kiálltak a szerkesztőség, illetve annak vezetője mellett. A hatalom ilyen téren saját kezét kötötte meg, amikor leosztotta a sajtóval kapcsolatos jogosítványokat.

A gazdasági szereplők között a Magyar Postát a postaügyi minisztérium kapcsán már említettük. A nyomdák állapota és kapacitása nagyban befolyásolta a lapok előállításának feltételeit, de maguk a nyomdák az irányítás kérdéseibe nem szóltak bele. Az ellenőrzés feladataiban annyiban vettek részt, hogy bármilyen munkát csak a Tájékoztatói Hivataltól kapott lapalapítási engedély bemutatása után vállalhattak el. Ezen túl a kefelevonatokat bizonyos ideig meg kellett őrizniük, hogy egy-egy kifogásolt publikációval kapcsolatban nyomon követhető legyen, a lap előállításának melyik fázisában történt hiba vagy mulasztás.

A lapkiadóknak azonban volt lehetőségük aktívan is belefolyni az irányítás kérdéseibe, elsősorban azért, mert a Tájékoztatói Hivatal a kiadók terveit összesítve állt neki a papírigény kalkulálásának és a lapfejlesztési tervek elkészítésének. Így a kiadók igyekeztek érvényesíteni az új lapok indításához, a példányszámok alakításához fűződő érdekeiket. 1968 után pedig a kiadók már nem a teljesen kötött papírgazdálkodás keretei között működtek, így a külön kiadványok világában jobb esélyekkel érvényesíthették – elsősorban gazdasági – érdekeiket. Az újságírók kiadói alkalmazásban álltak, szerződésükre a lapkiadó igazgatójának aláírása került – bár személyi ügyekben a főszerkesztő volt illetékes, és a minősítések elkészítésében, a fizetések és a jutalmak meghatározásában is a szerkesztőségeknek volt döntő szavuk. Ugyanakkor belső fegyelmi ügyeiket a kiadóvállalat fegyelmi testülete tárgyalta.

A magyar lapkiadók rendszerét kifejezetten a széttagoltság jellemezte. Mintegy 70 olyan kiadó működött, amely valamiféle sajtóterméket is gondozott. A sajtóirányítás csak 1965-ben, PB-határozattal a háta mögött futott neki „teljes erővel” a rendteremtésnek, a kiadói profil megtisztításának. Végül négy kiadót hagytak talpon, ám számos esetben csak arról volt szó, hogy néhány – a könyvkiadó profiljába illő – folyóiratot lapkiadóhoz helyeztek át, csak néhány kiadó – a Sport Lapkiadó Vállalat, a Rákóczi Lapkiadó Vállalat, a Pénzügyi Lapkiadó Vállalat – szűnt meg.¹⁰⁶ Így is viszonylag sok kivétel maradt a rendszerben: nem sorolták be a fegyveres erők lapjait, az egyházi lapokat, az akadémiai, a külkereskedelmi, a statisztikai kiadványokat – az 1969-ben számon tartott lapok mintegy ötödét.¹⁰⁷ A párt lapkiadójának, a Hírlapkiadó Vállalatnak pedig megyei kiadóhivatalai maradtak. A kiadói összevonást a sajtóirányítás rendre a racionálisabb gazdálkodás és egyeztetési mechanizmus kialakításával indokolta, ám szerepet játszott a döntésben az is, hogy felügyelni is egyszerűbb volt négy mamuthivatalt, mint 70 kiadóvállalatot (Cseh et al., 2004: 283; Takács, 2008: 170). Ráadásul az 1960-as évek második felében még nem tettek le arról az elgondolásról, hogy a lapkiadást egyetlen trösztbe vonják össze, de legalábbis a párt által felügyelt Hírlapkiadót és a KISZ kiadóját egyesítsék.¹⁰⁸ Szemük előtt lebeghetett a lengyel példa is, ahol a

pártvállalat, az RSW-Prasa a kiadást és a nyomdai bázist is kézben tartotta, majd az 1970-es évek folyamán 73 különböző vállalatot egyesítő hatalmas komplexumot épített ki, amely a lapterjesztést magába olvasztotta.¹⁰⁹

A négy kiadóvállalat létrejöttével életre kelt a korábban is létező Lapkiadói Tanács, amely főleg gazdasági kérdések rendezésére kapott felhatalmazást. Ezek: az újságírók, kiadói alkalmazottak bér- és honoráriumügyei, a létszámgazdálkodás, a lapkiadás rentabilitásának megteremtése, a lapterjesztés javítása. Tagjai a kiadói igazgatókon kívül a kiadók felügyeleti szervének vezetői voltak.¹¹⁰ A tanács működése lényegében a lapkiadás új feltételek közötti működési elveinek kidolgozásában merült ki. Az egyes albizottságok kidolgozták a lapkiadók vállalati működésének elveit, a sajtóban dolgozók bérezésének és premizálásának rendszerét, a lapkiadók és a partnervállalatok (Posta, nyomdák, Magyar Hirdető) közötti kapcsolatok szabályait, valamint a terjesztés, a nyomtatás és a hirdetések új viszonyok közti feltételeit.¹¹¹ 1968 utáni működésükre kevés nyom utal.

A sajtó tartalmi irányításában – centrális helyzeténél fogva – néhány tömegtájékoztatási eszköz is részt vett mint végrehajtó. Közülük mindenekelőtt a Magyar Távirati Iroda emelhető ki (Bajomi-Lázár, 2005: 27.; Cseh et al., 1999: 225; Hegedűs, 2001; Murányi, é. n.: 220). Az MTI országos hírügynökségként monopóliumot élvezett a külföldi és a belföldi hírek szelektálásában és megfogalmazásában. Az egyes MTI-főszerkesztőségekben dőlt el, mely információk és milyen formában kerülhetnek nyilvánosságra, illetve melyek azok, amelyek csak a hírügynökség által – egy szűkebb vezetői kör számára – szerkesztett bizalmas kiadványok egyikében kaphatnak helyet. Hatósági irányító szerepét erősítette, hogy az APO és a Tájékoztatási Hivatal által elrendelt utasítások – az úgynevezett pro domók – közvetítésével és a változatlan formában nyomtatandó közlemények, beszédek továbbításával is az MTI volt megbízva.

Az 1956 előtti időszakban sokkal határozottabb volt a Szabad Nép irányadó szerepe a hazai sajtó egésze számára, mint a Népszabadságé 1956 után. A lapban megjelentek ugyan továbbra is a párt álláspontját közvetítették, ám éppen a Rákosi-korszak tanulságait leszűrve nem erőltették a lap informális irányító, orientáló funkcióját. Sokkal inkább az egyes lapok saját speciális közönségének megszólítása, ennek megfelelő profil, szerkesztési gyakorlat kialakítása lett a cél. Ezzel együtt a Népszabadság időnként felvállalt ügyeket, amelyekben egy-egy cikkel igyekezett „helyére tenni” a helytelennek vélt álláspontokat közreadó médiumokat.

A megyei lapok szintjén a Központi Sajtószolgálatnak (KS) volt még bizonyos tartalom meghatározó funkciója. A szerkesztőségként működő sajtószolgálat elsősorban országos, nemzetközi jelentőségű cikkekkal, irodalmi anyagokkal látta el a vidéki sajtót, ami hozzájárult ahhoz, hogy azok viszonylag egységesen mutassák be a bel- és külpolitikát, valamint a gazdasági életet.¹¹² Bár 1966-ban a Pest Megyei Hírlap főszerkesztője úgy nyilatkozott, hogy újságírói gárdája elég képzett ahhoz, hogy ne szoruljon rá a Sajtószolgálat anyagaira, a Kelet-Magyarország vezetője szerint a KS anyaga „csaknem tökéletesen komplett mankó a megyei szerkesztőségek számára”, míg a Szolnok Megyei Néplapnál aktuális eseményekről igényeltek volna gyakrabban gyors kommentárokat.¹¹³

5. Összegzés

A hatalom egy bonyolult szervezetrendszer épített ki a sajtó irányítására, amely jóval komplexebb módon működött a gyakorlatban, mint hogy minden elgondolás a pártközpontból érkezett volna. A minimális létszámmal működő Sajtóelosztálynak nem is lehetett megfelelő kapacitása arra, hogy minden szálát kézben tartson. A sajtóirányításba bevont számos szereplő révén viszont több érdek, egymással ütköző elképzelés is megjelenhetett, és mind a sajtó összképében, fejlődésében, mind a konkrét újságírói munkában jelentkezhetek ennek hatásai. A többszátú irányítás a sajtóban dolgozók mozgásterét is növelte. A sajtóirányítás alá vont újabb és újabb területek is hozzájárultak az irányítás kuszaságának növekedéséhez.

Az, hogy az adott szerkezetet – a pártszervek dominanciáját, egyben az azt kifejező, különböző szinteken megjelenő monopóliumokat – alapjaiban megbontsák, csak a korszak kezdetén és végén merült fel. 1956 végén, 1957 elején az újságírók, az 1980-as évek végén azonban már a nyilvánosság minden résztvevője – így a pártvezetés is – kereste a nyilvánosság reformjainak lehetőségeit. 1956 végén az újságírók a sajtóban létező monopóliumok (lapalapítás, lapkiadás, papírelosztás) felszámolását, a MÚOSZ érdemi beleszólását tartották kívánatosnak. Három évtizeddel később az 1986-os sajtótörvény nem megújítani, hanem konzerválni igyekezett az addigi működési kereteket, még ha a törvényi szintű szabályozás viszonylagos jogbiztonságot is teremtett, korlátozva a kézi vezérlés lehetőségeit. A törvény ugyanakkor egyáltalán nem utalt a párt sajtóirányításban betöltött szerepére, miközben annak gépezete – fogyatkozó magabiztossággal – tovább működött. A következő évtől már a pártfórumokon is az addigi állapot meghaladásának problémája került előtérbe. A hatalom belátta, hogy a politikai intézményrendszer átalakításával a társadalmi nyilvánosság – egyben a sajtóirányítás intézményrendszere is – változni fog, ám akárcsak a politikai pluralizmusnak, úgy a sajtóirányítók nélkül is változatlan módon, a párt érdekei, illetve a hivatalos ideológia dominanciája mentén működő médiának sem találták a képletét. Javaslatok nem léptek radikálisan túl az 1960-as évek második felében, majd később az 1970-es évek során is visszatérő elképzeléseken, amelyek lényegében az érdektagoltság élesebb megjelenítését takarták volna. Ehhez azonban a súlypontok átrendezésén – a helyi és társadalmi szereplők nagyobb önállóságának hangoztatásán – túl nem társult a sajtóirányítási szerkezet megbontása. A pártszervek iránymutatásáról a hatalom nem kívánt lemondani, míg a végrehajtásban az adminisztratív megoldásokat nyitva hagyó, nagyon bizonytalan alternatíva a kommunista újságírók szerkesztőségbeli helytállása maradt. A párton kívülről érkező javaslatok – így a Nyilvánosság Klub megalakításában szerepet vállaló értelmiségiek részéről érkező, 1987-ben Párizsban, majd 1988-ban itthon is megjelenő „Javaslat a sajtónyilvánosság reformjára” (Gálík et al., 1988),¹¹⁴ illetve a hivatásos újságírók felszólalásai a MÚOSZ 1988. január 14-ei vitáján – viszont már kiléptek az adott rendszer keretei közül, és pártirányítástól mentes szabad, plurális sajtó megteremtését tűzték ki célul.

Az újságok tartalmában bekövetkező változások tehát a korszakban a sajtóirányítási szervezetrendszer érdemi átalakítása nélkül mentek végbe. Az 1960-as években születő párthatározatokkal, intézkedésekkel – amelyek lényegében a korszak egészében érvényben maradtak – a hatalom a saját részéről elment a végsőig. Az azokban aláhúzott elvek működési és hivatkozási alapot teremtettek az újságírók és szerkesztők számára a mozgásterük, a nyilvánosság határainak tágításához, amellyel kisebb-nagyobb mértékben – illetve a hatalom által hol jobban, hol kevésbé jól tolerált módon – éltek is.

Felhasznált irodalom

Aczél György (1974): Az eszmék nemzetközi küzdőterén. *Társadalmi Szemle*, 2. sz.

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

Cseh Gergő Bendegúz & Kalmár Melinda & Pór Edit (1999): A tömegkommunikáció helye, szerepe és működése a konszolidáció éveiben Magyarországon (1956–1963). In: Cseh Gergő Bendegúz & Kalmár Melinda & Pór Edit: *Zárt, bizalmas, számozott*. Budapest: Osiris Kiadó.

Cseh Gergő Bendegúz & Krahulcsán Zsolt & Müller Rolf-Pór Edit (2004): A Kádár-rendszer sajtópolitikája 1963–1979. In: Cseh Gergő Bendegúz & Kalmár Melinda & Pór Edit: *Zárt, bizalmas, számozott II*. Budapest: Osiris Kiadó.

Fritz Tamás (1988): AZ MSZMP és a tömegkommunikáció. *Jel-Kép*, 3. sz., 21–27.

Gálik Mihály & Halmai Gábor & Hirschler Richárd & Lázár Guy (1988): Javaslat a nyilvánosság reformjára. In: *Kritika*, 10. sz., 23–30.

Havas Henrik (é. n.): *Pro domo avagy Fejezetek a 80-as évek sajtótitkaiból*. Budapest, Alexandra Kiadó.

Hegedűs István (2001): Sajtó és irányítás a Kádár-korszak végén. *Médiakutató*, tavasz, 45–60.

Lázár Guy ([1988] 2006): A szocialista nyilvánosság történetének alapvonalai. *Médiakutató*, tavasz, 23–34.

Murányi Gábor (é. n.): A magyar sajtó története 1948-tól 1988-tól. In: Kókay György & Buzinkay Géza & Murányi Gábor: *A magyar sajtó története*. Budapest: MŰOSZ.

Sipos Balázs & Takács Róbert (2005): Újságíró normák. In: Bajomi-Lázár Péter (szerk.): *Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Takács Róbert (2005a): Sajtóirányítás és újságírói öncenzúra az 1980-as években. In: *Médiakutató*, tavasz 55–70. o.

Takács Róbert (2005b): A Los Angeles-i olimpia a magyar sajtóban. In: *Múltunk*, 3. sz., 255–297.

Takács Róbert (2008): A (sajtó)nyilvánosság szerkezete. *Múltunk*, 3. sz., 157–172.

Lábjegyzetek

77

A Magyar Szocialista Munkáspárt XI. kongresszusának jegyzőkönyve. Budapest: Kossuth Kiadó, 1975, 482–483.

78

Így például az újságírással kapcsolatos nyomdai, műszaki-fejlesztési feladatok rendszerint a Politikai Bizottság előtt landoltak, mert azokat össze kellett egyeztetni a gazdasági területek irányításával is. Az egyes országos pártlapok, a rádió és a televízió átfogóbb értékeléseit szintén megtárgyalta a Politikai Bizottság, ám egy-egy részfeladat végrehajtásával már az APB foglalkozott.

79

Javaslat Agitációs és Propaganda Bizottság felállítására, 1948. MOL MK-S 276. f. 54. cs. 15. ó. e.

80

Jegyzőkönyv az Ideiglenes Központi Bizottság 1956. november 11-ei üléséről. MOL MK-S 288. f. 4. cs. 1. ó. e.

81

Az Agitációs és Propaganda Bizottság 1971. I. félévére jóváhagyott munkatervében a következő előterjesztők szerepeltek: tizenkét ember az Agitációs és Propaganda Osztály; tizenegyszer a Művelődésügyi Minisztérium; hétszer a Tudományos, Kulturális és Közoktatási Osztály; háromszor a Tájékoztatási Hivatal; egyszer a Társadalomtudományi Koordinációs Bizottság, a Társadalomtudományi Intézet, a KISZ KB és Kulturális Kapcsolatok Intézete. A KB Agit. Prop. Bizottságának 1971. évi I. félévi munkaterve, 1971. MOL MK-S 288. f. 7/371. ó. e. A KB Agit. Prop. Bizottságának 1971. évi I. félévi munkaterve, 1971. MOL MK-S 288. f. 7/371. ó. e.

82

A KB Iroda 1961. május 15-ei feljegyzése a következőket állapította meg az APB-vel kapcsolatban: „Tisztázni kellene a KB mellett működő bizottságok hatáskörével kapcsolatban néhány kérdést. Például: hozhatnak-e határozatokat, amelyek párt- vagy állami szervekre vonatkoznak, ha igen, milyen kérdésekben. Meghatározott keretek között komoly mértékben tehermentesíteni tudják a vezető pártszerveket” – idézi: <http://www.arcanum.hu/mol/> (utolsó letöltés: 2009. február 1.).

83

Az Agitációs és Propaganda Bizottság összetételére vonatkozó adatokat a Magyar Országos Levéltár

segédletének gyűjtése foglalja össze. Az MSZMP központi vezető szervei üléseinek napirendi jegyzékei, I-IV. Összeállította: Németh Jánosné. Budapest, 1995-2001. Forrás: <http://www.arcanum.hu/mol/> (utolsó letöltés: 2009. február 1.).

84

Nemes Dezső akkor a Párttörténeti Intézet főigazgatója, míg Aczél György művelődési miniszterhelyettes volt.

85

Az MSZMP Politikai Bizottságának határozata a sajtó helyzetéről, feladatairól, 1958. In: *A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai 1956-1962*. Budapest: Kossuth Kiadó, 1964, 163-170.

86

A Sajtóbizottság tagjai: Nemes Dezső (a Népszabadság szerkesztőbizottságának vezetője), Szamosi Károly (a Népszabadság szerkesztőbizottságának tagja), Gács László (a Magyar Rádió és Televízió elnöke), Barcs Sándor (az MTI igazgatója), Mihályfi Ernő (a Magyar Nemzet főszerkesztője); Várkonyi István (a Népszava szerkesztőbizottságának vezetője), Gyáros László (a Tájékoztatási Hivatal elnöke), Siklósi Norbert (a MŰOSZ kormánybiztosa), Bálint Lajos (a Szabolcs megyei lap felelős szerkesztője). Jegyzőkönyv a Titkárság 1958. március 14-ei üléséről. MOL MK - S 288. f. 7. cs. 24. ő. e.

87

Javaslat a Sajtóbizottság 1962 évi I. félévi munkatervére. MOL XIX-A-24b 16 doboz.

88

A Tájékoztatási Hivatal jelentése a Sajtóbizottság 1960. november 23-ai ülésén elfogadott irányelvek végrehajtásának tapasztalatairól, 1962. MOL XIX-A-24b 16 doboz.

89

Az utóbbit a Magyar Rádió vezetésében történt változás indokolta: Gács László helyét Tömpe István vette át. Javaslat a Sajtóbizottság 1962 évi I. félévi munkatervére. MOL XIX-A-24b 16 doboz; Szirmai István bejelentése az Agit. Prop. Bizottságban és a Sajtó Bizottságban történt személyi változásokról, 1962. MOL MK-S 288. f. 5. cs. 258. ő. e.

90

Az 1960-as évek közepén az alábbi osztályok léteztek a Központi Bizottságban: Adminisztratív Osztály, Agitációs és Propaganda Osztály, Államgazdasági Osztály, Építési és Közlekedési Osztály, Ipari Osztály, Kulturális Osztály, Külügyi Osztály, Mezőgazdasági Osztály, Párt- és Tömegszervezetek Osztálya, Pártgazdálkodási és Ügykezelési Osztály, Tudományos és Kulturális Osztály. Ezen felül volt apparátusa a Központi Revíziós Bizottságnak, a Központi Ellenőrző Bizottságnak, a Központi Bizottság Irodájának is. Külön kezelték a Társadalmi Szemle és a Pártélet szerkesztőségét, a Politikai Főiskolát. Az 1980-as évek elején így festett a Központi Bizottság szervezetrendszere: Agitációs és Propaganda Osztály, Közigazgatási és Adminisztratív Osztály, Gazdaságpolitikai Osztály, Külügyi Osztály, Párt- és Tömegszervezetek Osztálya, Pártgazdálkodási és Ügykezelési Osztály, Tudományos, Kulturális és Közoktatási Osztály. A KB osztályainak státuszhelyzete, 1965. MOL MK-S 288. f. 7 cs. 226. ő. e.; A KB osztályainak és intézményeinek feladatköre, munkamódszere, felépítése, 1981. MOL MK-S 288. f. 5. cs. 820. ő. e.

91

MOL MK-S 276. f. 55. cs. 53. ő. e.; Az Agitációs és Propaganda Pártkollégium javaslata a Sajtó Osztály beolvasztására az Agitációs Osztályba, valamint a Sajtó Bizottság megerősítésére és átszervezésére, 1949. MOL MK-S, 276. f. 54. cs. 35. ő. e.

92

Javaslat az Agitációs és Propaganda Osztály megszervezésére, 1950. MOL MK-S 276. f. 54. cs. 94. ő. e.

93

A KV APO javaslata a sajtó és a rádió pártirányításának és ellenőrzésének megjavítására, 1955. MOL MK-S 276. f. 53. cs. 238. ő. e.

94

Ez alatt a KB apparátusa „mindössze” tíz százalékkal bővült.

95

Előterjesztés az Agit. Prop. Osztályon belül sajtócsoport létrehozására, 1957. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 3. ő. e.).

96

Javaslat a KB Agit. Prop. Osztálya feladatkörének és státusz helyzetének meghatározására, 1957. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 13. ő. e.).

97

Röpszavazás a párttörténeti elméleti munkaközösség és az Agit. Prop. Osztályon létrehozandó elméleti csoport tagjairól, 1957. MOL MK-S 288. f. 8. cs. 82. ő. e.; Jegyzőkönyv a Titkárság 1964. szeptember 10-ei üléséről. (Biszkú Béla és Orbán László felszólalása) MOL MK-S 288. f. 7. cs. 215. ő. e.

98

7. A KB Agit. Prop. Osztályának feladatköre, felépítése és munkamódszere, 1969. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 323. ő. e.

99

A KB Agit. Prop. Osztályának feladatköre, felépítése, munkamódszere, 1972. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 394. ő. e.

100

A hat alosztály mellett osztályvezetői beosztást kapott a Dokumentációs Központ és Szakkönyvtár vezetője és a Propagandista című folyóirat főszerkesztője is. A KB Agitációs és Propaganda Osztályának feladatköre, munkamódszere és szervezeti felépítése, 1981. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 629. ő. e. A KB Agitációs és Propaganda Osztályának feladatköre, munkamódszere és szervezeti felépítése, 1981. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 629. ő. e.

101

Jegyzőkönyv a Titkárság 1957. szeptember 7-ei üléséről. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 13. ő. e.

102

- 103 A KB Agit. Prop. Osztályának feladata és szervezete. 1964. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 215. ő. e.
- 104 A KB szervezeti felépítése, osztályainak feladatai, 1967. MOL MK-S 288. f. 5. cs. 414. ő. e.
- 105 A KB Agit. Prop. Osztályának feladatköre, felépítése, munkamódszere, 1972. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 394. ő. e.; A KB Agitációs és Propaganda Osztályának feladatköre, felépítése és munkamódszere, 1975. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 489. ő. e.
- 106 A KB Agitációs és Propaganda Osztályának feladatköre, felépítése és munkamódszere, 1975. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 489. ő. e. Megismétli és a fenti módon konkretizálja a központi sajtó fogalmát: A KB Agitációs és Propaganda Osztályának feladatköre, munkamódszere és szervezeti felépítése, 1981. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 629. ő. e.
- 107 Az Agitációs és Propaganda Osztály feljegyzése a sajtóirányítás, különösen a sajtómunka folyamatos értékelésének továbbfejlesztéséről, 1982. május 7. MOL XIX-A-24b 145. doboz.
- 108 A KB Gazdaságpolitikai Osztályának feladatköre és szervezete, káderhatáskörének (vétójogának) rendezése, 1969. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 322. ő. e.
- 109 A KB Kulturális Osztályának feladata és szervezete, 1964. MOL MK-S 288. f. 7/215. ő. e.
- 110 A KB Tudományos, Közoktatási és Kulturális Osztályának feladata, szervezeti felépítése és munkamódszere, 1969. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 323. ő. e.
- 111 A KB Tudományos, Közoktatási és Kulturális Osztályának feladatköre, munkamódszere és szervezeti felépítése, 1981. MOL MK-S 288. f. 7. cs. 629. ő. e.
- 112 A nem publikált jogszabály a Tájékoztatási Hivatal iratanyagában: MOL XIX-A-24b 54. doboz.
- 113 A Minisztertanács Tájékoztatási Hivatalának megszüntetése, 1955. MOL MK-S 276. f. 53. cs. 227. ő. e.
- 114 25/1956 (XII. 19.) számú Korm. határozat a Kormány Tájékoztatási Hivatalának megszervezéséről. In: *Törvények és rendeletek hivatalos gyűjteménye, 1956.* A Magyar Forradalmi Munkás-Paraszt Kormány Titkársága, Budapest, 1957. 195.
- 115 A Népszabadságot Csátár György, az MTI-t Korolovszky Lajos, a Magyar Rádiót Benke Valéria, a megyei lapokat Lónyai Sándor, a Kisalföld főszerkesztője képviselte. A Tájékoztatási Hivatal 1957. január 11-ei jelentése a sajtómunkáról. MOL XIX-A-24b 8. doboz; Szirmai István levele Lónyai Sándor részére, 1957. február 21. MOL XIX-A-24b 1. doboz.
- 116 Siklói Norbert levele Nezvál Ferenc részére, 1957. február. MOL XIX-A-24b 1. doboz; Szirmai István levele Gáspár Sándor (Magyar Szabad Szakszervezetek Országos Szövetsége) részére, 1957. július 17. MOL XIX-A-24b 1. doboz.
- 117 MOL MK-S 288. f. 5. cs. 62. ő. e.
- 118 A PB úgy rendelkezett, hogy a hivatal vezetője ne elnöki címet viseljen, hanem miniszterhelyettesi rangú vezetőként dolgozzon.
- 119 Javaslat a Tájékoztatási Hivatal jellegének és feladatkörének módosítására, 1959. MOL MK-S 288. f. 5. cs. 162. ő. e.; az állami szabályozás: A Magyar Forradalmi Munkás-Paraszt Kormány 1012/1960. sz. Korm. határozata a Kormány Tájékoztatási Hivataláról. XIX-A-24b 23. doboz.
- 120 A hivatalvezető elutasítottágát mutatja, hogy a MÚOSZ 1965. évi kongresszusán Naményi Gézá - a jelölés ellenére - nem szavazták be a MÚOSZ Választmányába. Feljegyzés a Tájékoztatási Hivatal jelenlegi feladatairól, jog- és hatásköréről, valamint az ezek módosítására irányuló elképzelésekről, 1965. MOL XIX-A-24b 30. doboz.
- 121 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1969. március 24-ei üléséről. MOL MK - S 288. f. 5. cs. 486. ő. e., illetve 1039/1969 (X. 28.) Korm. számú határozat a Minisztertanács Tájékoztatási Hivatala feladatkörének szabályozásáról. In: *Törvények és rendeletek hivatalos gyűjteménye, 1969.* Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1970. 334.
- 122 Gál Tivadar levele Várkonyi Péter részére, 1970. MOL XIX-A-24b 47. doboz.
- 123 A Tájékoztatási Hivatal szervezeti és működési szabályzata, 1970. MOL XIX-A-24b 47. doboz.
- A szabályzat tételesen a következő feladatokat sorolta fel: (1) megszervezi állami szervek tevékenységének propagandáját, elkészíti az kormány és az Elnöki Tanács üléseiről a hivatalos kommunikéket, és megrendezi az ezekkel kapcsolatos rendszeres sajtóértekezleteket, koordinálja az egyéb, koordinálja az országos jelentőségű sajtótájékoztatásokat; (2) informálja az állami élet lényeges kérdéseiről a szerkesztőségeket, illetve tájékoztatja a vezetőket a rendkívüli eseményekről, a sajtóban megjelenő fő kérdésekről; (3) részt vesz a

- tájékoztatási jogszabályok előkészítésében, illetve véleményezi más szervek tervezeteinek tájékoztatási vonatkozásait; (4) segíti a hivatal elnökét kormányzóvivői feladatai ellátásában; (5) segíti az állami tájékoztatási szervek (MTI, MRT, Magyar Hírlap) és a MÚOSZ tájékoztató tevékenységét; (6) követi a szerkesztőségek állami szervek tevékenységével kapcsolatos munkáját; (7) koordinálja a sajtó nemzetközi kapcsolatait, összehangolja a külföldre irányuló propagandát; (8) biztosítja a jelentősebb eseményeken a sajtómunkát; (9) egyes tartalmi kérdések elemzésére, vizsgálatára bizottságokat hoz létre vagy foglalkoztat.
- 124 Az 1969–1970 táján ilyen magasan meghatározott státusz nem csak Kádár Jánosné érdekérvényesítő képességét jelezte, bár annak is komoly szerepe lehetett. Ez a főosztály kicsit külön hivatal volt a hivatalon belül, a féléves tervek összeállításából, a beszámolókból – félig-meddig a munka állandó jellege miatt is – rendre hiányzott. Az 1968-as csehszlovákiai beavatkozás után különösen sok beavatkozni való akadt nemcsak a nyugati, hanem a szocialista (főleg csehszlovák és jugoszláv) sajtóval kapcsolatban is.
- 125 Javaslat a Tájékoztatási Hivatal személyzeti feladat- és hatáskörének szabályozására, 1971. MOL XIX-A-24b 57. doboz.
- 126 Tájékoztató jelentés az APB számára a Tájékoztatási Hivatalról hozott PB-határozat végrehajtásáról, 1972. MOL XIX-A-24b 60. doboz. Természetesen a hivatalon belüli kontrollt szolgáló féléves beszámolók jóval kritikusabban vetik fel a (fő)osztályok problémáit, elmaradásait, mint ez a felsőbb pártszervek készített anyag. Természetesen a hivatalon belüli kontrollt szolgáló féléves beszámolók jóval kritikusabban vetik fel a (fő)osztályok problémáit, elmaradásait, mint ez a felsőbb pártszervek készített anyag.
- 127 A Tájékoztatási Hivatal 1974. második félévi munkaterve 1975 tavaszáig. MOL XIX-A-24b 83. doboz.
- 128 MOL XIX-A-24b 138. doboz.
- 129 A Tájékoztatási Hivatalról előterjesztés a Minisztertanács részére – A sajtó, a rádió és a televízió irányításának továbbfejlesztéséből a Minisztertanács Tájékoztatási Hivatalára háruló feladatok, 1983. MOL XIX-A-24b 152. doboz.
- 130 A kormányzóvivői funkcióról, 1985. MOL XIX-A-24b 161. doboz.
- 131 Lásd Vilmon Gyula: Tapasztalataim három sajtóosztályon. *Magyar Sajtó*, 1962/2., 49–50.; Mészáros Ferenc: Dr. Anonymus. *Magyar Sajtó*, 1963/9., 272–273.; Várkonyi Margit: Ellenőrizni, de meddig? *Magyar Sajtó*, 1963/2., 52–53.; Tokár Péter: Még egyszer a minisztériumi sajtóosztályokról. *Magyar Sajtó*, 1963/2., 56–57.; Újlaki László: Magyar Sajtó órjárata az eltűnt sajtóosztályok nyomában. *Magyar Sajtó*, 1964/2., 46–48.
- 132 Feljegyzés kormánytagok és főszerkesztők megbeszéléséről. XIX-A-24b 18 doboz.
- 133 *Magyar Közlöny*, 1963. június 30.
- 134 A Népszava Szerkesztőségi Pártszervezet jelentése a PB 1959-es, a sajtóról szóló határozatának végrehajtásáról. MOL MK-S 288. f. 22/1963. cs. 10. ő. e.
- 135 Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1963. május 14-ei üléséről. MOL MK-S 288. f. 5. cs 298/1. ő. e.
- 136 Pintér István: Szerteágazó gondolatok az új határozatról. *Magyar Sajtó*, 1963/8. 231. o.
- 137 Az ipari minisztériumok és főhatóságok sajtóosztályainak és sajtócsoportjainak néhány problémája, 1963. MOL XIX-A-24b 20. doboz.
- 138 Benkei András levele Naményi Géza részére, 1964. MOL XIX-A-24b 21. doboz.
- 139 MOL XIX-A-24b 26. doboz.
- 140 A Tájékoztatási Hivatal előterjesztése a Koordinációs Értekezlet részére, 1974. MOL XIX-A-24b 84. doboz.
- 141 Az MSZMP Központi Bizottsága Politikai Bizottságának határozata a tájékoztatás továbbfejlesztéséről. Vass Henrik, 549.
- 142 Előterjesztés a Minisztertanács részére a minisztériumok, országos főhatóságok tájékoztatási rendszerének, szervezetének továbbfejlesztéséről, 1978. MOL XIX-A-24b 122. doboz.
- 143 A többség figyeli a sajtóban megjelenő publikációkat; egy részük készít tájékoztatási tervet, ad a sajtónak témajavaslatokat, háttéranyagot. Jelentés az Minisztertanács részére a kormányzati és tömegtájékoztatási szervek együttműködésének tapasztalatairól, 1982. MOL XIX-A-24b 148. doboz.
- 144 A megrendelők és a bejártatott – személyi – csatornák mellett a nagykövetség rendezvényei kínáltak alkalmat arra, hogy a Magyarországról szóló kiadványokat eljuttassák az érdeklődőkhöz, és ahogy remélték, a véleményformálókhoz. Sajátos helyzetben a nagykövetség a hazai sajtó terjesztésére is vállalkozhatott. Erre példa a sajtóirányítás és a bukaresti magyar nagykövetség (illetve a kolozsvári főkonzulátus) 1979-ben indult „kalózakciója”, amely a Romániában erősen akadályozott terjesztésű magyar lapok alacsony példányszámban

- 145 való szétosztását végezte. A bukaresti nagykövetség jelentése – Visszamaradó lappéldányok terjesztése Romániában, 1980. MOL XIX-A-24b 135. doboz; Bányász Rezső levele Simon Ferenc részére, 1980. MOL XIX-A-24b 136. doboz.
- 146 Néhány, a Tájékoztatási Hivatalban fennmaradt feljegyzés ebben a témában: Várkonyi Péter feljegyzése Fock Jenő részére, 1969. MOL XIX-A-24b 46. doboz; Bányász Rezső levele Várkonyi Péter részére a moszkvai nagykövetség jelentéséből, 1971. MOL XIX-A-24b 56. doboz.
- 147 A Művelődésügyi Minisztérium Igazgatási Főosztályának javaslata a Sajtóosztály feladat- és hatáskörére, 1965. MOL XIX-A-24b 26. doboz.
- 148 A Kulturális Minisztérium ágazati felelősségének érvényesítése a rádió és televízió kulturális tevékenységével kapcsolatban, 1978. MOL XIX-A-24b 115. doboz.
- 149 MOL XIX-A-24b 28. doboz.
- 150 A Tájékoztatási Hivatal, a Honvédelmi Minisztérium és a Belügyminisztérium közös körlevele, 1966. MOL XIX-A-24b 30. doboz.
- 151 Lakatos Ernő levele Reményi Gyula vezérőrnagy részére, 1973. MOL XIX-A-24b 73. doboz.
- 152 Feljegyzés a Honvédelmi Minisztériumnak a honvédelmi propaganda kérdéseiről, 1971. MOL XIX-A-24b 55. doboz.
- 153 Javaslat a Magyar Néphadsereg sajtókiadványaival kapcsolatban, 1959. MOL MK-S 288. f. 5. cs. 162. ó. e.
- 154 A szófiai nagykövetség jelentése: Párt- és kormányhatározat a bolgár kulturális élet átszervezésére, 1974. MOL XIX-A-24b 80. doboz
- 155 A Politikai Bizottság 1983. szeptember 13-ai ülésének jegyzőkönyve. MOL MK-S 288. f. 5/891. ó. e.; A Titkárság 1983. november 28-ai ülésének jegyzőkönyve. MOL MK-S 288. f. 5/891. ó. e.
- 156 Az új testületet az 1047/1974. Korm. sz. határozat állította fel. Az Állami Rádió- és Televízió Bizottság ügyrendjének tervezete. MOL XIX-A-24b 149. doboz.
- 157 A Magyar Rádió és a Magyar Televízió munkája; az Állami Tájékoztatási Tanács létrehozása, 1983. MOL MK-S 288. f. 5. cs. 895. ó. e.
- 158 A Tájékoztatási Hivatal előterjesztése (MOL XIX-A-24b 51. doboz) 300 olyan intézményre utal, amelynek valamilyen feladata volt a külföldre szóló propagandában. Ezek között a politikai sajtónak egy sajátos, külföldnek szóló szeglete is megtalálható. Van köztük a nem ellenséges magyar emigrációnak szóló folyóirat (Magyar Szemle), a nyugati közvéleménynek szerkesztett Magyarország életét bemutató lap (New Hungarian Quarterly), nyugatra szánt napilap, hetilap (Neueste Nachrichten/Daily News, Budapester Rundschau), külkereskedelmi, idegenforgalmi kiadvány (Trade, Exporter). Az intézmények közül a legfontosabbak: Külügyminisztérium, Művelődési Minisztérium, Kulturális Kapcsolatok Intézete, Magyar Kereskedelmi Kamara, HUNGEXPO, Országos Idegenforgalmi Tanács, Magyarok Világszövetsége, Magyar Rádió és Televízió, MTI, baráti társaságok.
- 159 A Tájékoztatási Koordinációs Bizottság ügyrendje, 1971. MOL XIX-A-24b 51. doboz.
- 160 Az Agitációs és Propaganda Osztály jelentése az Agitációs és Propaganda Bizottság részére a Tájékoztatási Koordinációs Bizottság munkájáról, 1979. MOL XIX-A-24b 125. doboz; Jelentés a külföldre irányuló tájékoztatás és propaganda helyzetéről, javaslat a feladatokra. Jegyzőkönyv az Agitációs és Propaganda Bizottság 1986. július 8-ai üléséről. MOL MK-S 288. f. 41. cs. 470. ó. e.
- 161 A Tájékoztatási Hivatal 1974. első félévi munkaterve. MOL XIX-A-24b 83. doboz.
- 162 Lásd Jelentés a tájékoztatás helyi eszközrendszeréről, irányításának tapasztalatairól az MSZMP Baranya Megyei Bizottságának gyakorlatában, 1988. június. MOL MK-S 288. f. 41. cs. 508. ó. e.
- 163 Az MSZMP Politikai Bizottságának határozata a sajtó helyzetéről, feladatairól, 1958. In: *A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai 1956–1962*. Budapest: Kossuth Kiadó, 1964, 163–170.
- 164 Barcs Sándor hosszas feljegyzésben részletezi, hogy Éliás Béla milyen frontokon indított támadást ellene, és milyen vezetésellenes hangulatot táplál az MTI-ben. Így a párttitkár hevesen ellenezte az intézmény gazdálkodását, a jövedelmi viszonyokat, személyi ügyekben (például a szakszervezeti vezető megválasztásában) igyekezett saját megbízható embereivel hátországot kiépíteni, és a vezérigazgatót egy-két szinttel lejjebb álló vezetők személyén keresztül vette célba. MOL XIX-A-24b 54. doboz.
- 165 Pethő Tibor-interjú. Készítette Murányi Gábor 1989-ben. 1956-os Intézet Oral History Archívuma, 189. sz., 730–737.

- 166 Az MSZMP Politikai Bizottságának határozata a sajtó helyzetéről, feladatairól, 1958. In: *A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatainak és dokumentumai 1956-1962.* Budapest: Kossuth Kiadó, 1964, 163-170.
- 167 Vezető újságírók jellemzői, 1979. MOL XIX-A-24b 126. doboz.
- 168 Koczka Lászlóné, Makai György, Köves Andrásné, Somorjai József jelentése a személyzeti és kádermunkáról. 1967. szeptember 25. MOL MK-S 288. f. 22. cs. 1967/11. ó. e.; Jegyzőkönyv az Agitációs és Propaganda Bizottság 1970. október 13-ai üléséről. MOL MK-S 288. f. 41. cs. 147. ó. e.
- 169 Ebben a főszerkesztői magatartásban közrejátszhatott, hogy Darvasi korábban tíz évig maga osztogatott ukázokat főszerkesztőknek és szerkesztőségi pártszervezeteknek mint a Pártközpont Sajtóosztályának vezetője. Soltész István-interjú. Készítette Murányi Gábor 1991-ben. 1956-os Intézet Oral History Archívuma, 363. sz., 145-147.
- 170 Javaslatok a sajtóosztály hatáskörének jobb ellátásához. MOL MK-S 288. f. 22/1964. cs. 22. ó. e.
- 171 Réti Ervin-interjú. Készítette Molnár János 2007-ben. 1956-os Intézet Oral History Archívuma, 851. sz., 87-88.
- 172 Előterjesztés az Minisztertanács részére az időszaki lapok engedélyezési szabályainak módosítására, 1975. MOL XIX-A-24b 94. doboz.
- 173 Lásd Naményi Géza ezzel kapcsolatos levélváltását 1965-ből. MOL XIX-A-24b 27. doboz; illetve Kovács Tibor, a Minisztertanács Tanácsszervek Osztálya vezetőjének Naményi Gézához intézett levelét, 1965. MOL XIX-A-24b 28. doboz.
- 174 Pethő Tibor-interjú. Készítette Murányi Gábor 1989-ben. 1956-os Intézet Oral History Archívuma, 189. sz., 582-583.
- 175 Javaslat az APB számára az újságíró utánpótlásról a Titkárság elé kerülő tervezethez, 1969. MOL XIX-A-24b 43. doboz.
- 176 Az újságíró-utánpótlás néhány problémája, 1969. 288. f. 7. cs. 330. ó. e.
- 177 A Tájékoztatási Hivatal elnökének 2/1974. sz. utasítása az Újságíró Felvételi Bizottság és az Újságíró Szakvizsga Bizottság működési szabályzatáról. MOL XIX-A-24b 75. doboz.
- 178 A mélyponttól a kibontakozás illúziójáig (1958-1969), forrás: <http://muosz.hu/tortenet.php?page=datum&sub=datum17> (utolsó letöltés: 2009. február 6.).
- 179 Feljegyzés a Beszámoló a MÚOSZ szakosztályi munkájáról című anyaghoz, 1960. MOL XIX-A-24b 10. doboz; Siklósi Norbert: Szövetségünk munkájáról. *Magyar Sajtó*, 1968/10-11., 289-293.
- 180 Jelentés a MÚOSZ 1963. évi tevékenységéről, 1964. MOL MK-S 288. f. 22/1964. cs. 22. ó. e.
- 181 Réti Ervin-interjú. Készítette Molnár János 2007-ben. 1956-os Intézet Oral History Archívuma, 851. sz., 140-141.
- 182 MOL MK-S 288. f. 22/1966. cs. 9. ó. e., illetve MOL MK-S 288. f. 22/1967. cs. 15. ó. e.
- 183 Jelentés a lap- és folyóiratkiadás egyszerűsítésére hozott PB-határozat végrehajtásáról, 1966. MOL XIX-A-24b 30. doboz.
- 184 Jelentés az Agitációs és Propaganda Bizottság részére a lapkiadás helyzetéről, 1969. MOL XIX-A-24b 43. doboz.
- 185 Uo.
- 186 Jelentés Lengyelország lapkiadó szervezetének tanulmányozásáról. MOL XIX-A-24b 112. doboz.
- 187 Jelentés a lap- és folyóiratkiadás egyszerűsítésére hozott PB-határozat végrehajtásáról, 1966. MOL XIX-A-24b 30. doboz.
- 188 Az Agitációs és Propaganda Osztály 1969. március 6-ai jelentése az APB részére a lapkiadás helyzetéről. MOL MK-S 288. f. 43. cs. 118. ó. e.
- 189 Lásd A Központi Sajtószolgálat jelentése a KB novemberi határozatának feldolgozásáról. MOL MK-S 288. f. 22/1973. cs. 23. ó. e.
- 190 Az MSZMP KB APO körkérdése a Központi Sajtószolgálat munkájáról. MOL MK-S 288. f. 22/1966. cs. 9. ó. e.
- A Javaslatról lásd még „Valahol rosszul van begombolva az egész magyar sajtó. Egy rendszerváltó dokumentumról - húsz év után” című, Gálik Mihállyal, Halmai Gáborral és Hirschler Richárddal készült



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



<>

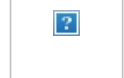
Szomszédok közt

[> 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](#)

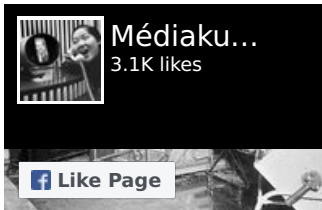
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2009 ősz

Történelem

[Kácsor Adrienn](#):

„Kétmillió” vásárlások: képzőművészet és politika a Kádár-korszakban

Szocialista mecénatúra 1965 és 1980 között

A „kétmillió” vásárlások a Kádár-korszak kultúrtörténetének elfeledett szeletét jelentik: annak történetét, hogy a mindenben gyámkodó állam miként épített ki egyfajta szociális hálót a korszak képzőművészei számára, maga bújva a mecénás szerepébe. A Magyar Népköztársaság Művészeti Alapja által szervezett vásárlásokat 1965-től tartották meg rendszeresen, évi kétmillió forinttal támogatva a táblakép-festők megélhetését. De kik részesülhettek ebből a támogatásból? A „kétmillió” vásárlásokkal maguk a zsűriző művészek rajzolták meg az 1960-as és az 1970-es évek „hivatalos” kortárs kánonjának körvonalait - a korszak képzőművészeti életének ellentmondásaival, esetlegességeivel, túróképességével összhangban. Érdemes utánajárni annak is, hogy mi lett mára azzal a „gyűjteménnyel”, amelyet eredeti értékén több mint 30 millió forintért vett meg a Művészeti Alap. Ebben a dolgozatban egy hosszabb kutatás első szakaszának eredményeit összegzem.

1. „Kétmillió” vásárlások - a fogalom tisztázása

„Pénzért festettem... Olcsón adom... Pénzért festek... A festő pénzért fest”. Ezek a feliratok Sváby Lajos festőművész egy 1979-es olajfestményén olvashatók. A festő - egy számára bántó kritika okozta felháborodásában - grafittal firkálta fel a szavakat az egyik, akkor már kész művére.

A cikk amúgy nem is magát a festőművészt támadta, hanem a „kétmillióként” ismert állami mecénatúra intézményét - amelynek egyébként Sváby Lajos is már a kezdetektől „kedvezményezettje” volt. A kritika¹ szerzője ugyanis, látva az 1978-ban megvásárolt művekből nyílt tárlatot,² arról panaszkodott, hogy mire „pocsékolják” az állam pénzét, mire használják a „kétmillió” vásárlásokat: csupa közepszerű alkotásra, amelyet a festők csak a pénzért készítenek.

„Én a részemről, ha képet adtam be a »kétmillióra«, akkor én abban hittem és jónak tartottam... És ezért valamilyen méregetől hajtva elkezdtem összefirkálni a képemet azzal, hogy »pénzért festek, pénzért vagyok«... Akárhogy is, de ez nem igaz! Ha egy festő fest, akkor nem pénzre gondol, aztán gondol pénzre, persze, hát él, gyerekeket nevel, de amikor festem a képem, akkor nem jut eszembe, akkor nem így működik a dolog...”³

- emlékszik vissza épp 30 év távlatából Sváby Lajos arra, hogyan született a végül „Szégyenkép” címűre keresztelt festménye. A képet a festő aztán beadta a soron következő, 1979-es „millió” vásárlásra.⁴



Sváby Lajos: Szégyenkép (a Damjanich János Múzeum tulajdona)

A „millióként” vagy „kétmillióként” ismert táblakép-vásárlást 1965-től vezették be, kezdetben évente négyszer, később⁵ már csak két alkalommal. A Művelődésügyi Minisztérium jóváhagyásával a Magyar Népköztársaság Képzőművészeti Alapja által életbe léptetett állami támogatási forma célja többértű volt: „egy műfaj, nevezetesen a táblakép-festészet fokozott fejlesztése”⁶, a festők anyagi támogatása, azaz egyfajta állami mecénási tevékenység, illetve a közintézmények és közgyűjtemények modern művekkel való gyarapítása. A cél érdekében évente bevetett kétmillió forintot⁷ az Alap átlag 200 és 300 közötti festmény megvásárlására költötte. A festők után a Magyar Képzőművészek Szövetségének Szobrász Szakosztálya is kiharcolta magának a támogatást, így már 1965-től kisplasztikákat, 1971-től pedig grafikákat is vásároltak (Horváth, 2001: 17). A rendszer 1980-ig működött, akkor a szervezés a Művészeti Alaptól átkerült a Képző- és Iparművészeti Lektorátushoz: ezt az 1981-től 1989-ig tartó

időszakot már „lektorátusi” vásárlás néven jegyzik (Keszthelyi, 2001: 19–21).

A jelen dolgozatban az 1965 és 1980 közötti, a Művészeti Alap által szervezett „kétmillió” vásárlások történetét szeretném rekonstruálni. A téma gazdagsága miatt csak a táblakép-vásárlásokra térek ki – főként a kezdeti, 1965 és 1968 közötti időszakra koncentrálni. Ennek a négy évnek ugyanis sikerült felkutatni a dokumentációját: az 1965.,⁸ az 1966.⁹ és az 1968.¹⁰ évi vásárlások adatait a Múcsarnok könyvtárában őrizték meg stencilen, az 1967-es év dokumentációja¹¹ pedig a bajai Türr István Múzeum irattárában maradt fenn, szintén stencilen. Ezen kívül még az 1979-es, illetve az 1980-as év vásárlási listái kerültek elő: az előbbi abban a katalógusban található meg, amelyet a Múcsarnok adott ki, az Alap új szerzeményeiből rendezett kiállítás alkalmával;¹² az 1980-as vásárlások listája pedig a Múcsarnok Szállítási és Műtárgy-raktározási Osztályának még leltározatlan iratai között maradt meg.

A „kétmillió” vásárlások iratanyagát tehát még nem sikerült teljes egészében felkutatni, ám a meglévő anyagok is számos elemzési támpontot nyújtanak.

Egyrészt kiolvasható belőlük, hogy kikből állt az a „törzsgárda”, amelyiktől folyamatosan vásároltak: kik voltak azok a művészek, akiknek a támogatását az állami intézmény, pontosabban a vásárlást végző zsűri elsődlegesen fontosnak tartotta. Megfigyelhető továbbá, hogy az állandó szereplők mellett kialakult egy olyan „réteg”, amelyiket a Művészeti Alap, bár nem minden alkalommal, de rendszeresen támogatta.

Emellett a listákon csak egyszer-egyszer szereplő nevekre is érdemes figyelni. Ők vagy nem adtak be több művet a „millióra” vagy csak nem csúsztak át többször a zsűri szűrőjén. Voltak olyan festők is, akik eleve nem kívántak élni a lehetőséggel: vagy gazdaságilag nem volt számukra érdemes a vásárlás, vagy úgy gondolták, hogy tőlük úgyse vásárolnának. Érdekes továbbá az is, hogy kik voltak azok a művészek, akik bár küldtek be műveket, de nem vettek tőlük soha. Ezeknek a kérdéseknek a tisztázására sajnos jelenleg még nincs forrás – csupán egyéni visszaemlékezések idéznek fel konkrét eseteket.

„A vásárlás táblakép-festészetünk fejlesztésének keretében történik, célja állami közgyűjtemények gyarapítása és az anyag közületek részére történő ajándékozása.”¹³ De hogyan osztották el a műveket, azaz miként döntöttek el, hogy egy-egy kép melyik múzeumba kerüljön? A kutatás új vonulatát adhatja továbbá az is, ha a vásárlást a megajándékozott múzeumok nézőpontjából vizsgáljuk. Melyik múzeum milyen arányban részesült a megvásárolt anyagból, s ez, a múzeum saját gyarapodását tekintve, mennyire számított fontos támogatásnak a beszerzésben?

Nem utolsósorban érdemes megnézni azt is, hogy mi lett a megvásárolt festményekkel. 1965 és 1980 között ugyanis több mint 30 millió forintért, összesen 3817 képet szerzett be az Alap a vásárlásokon (Horváth, 2001: 17). De mi lett ennek a hatalmas anyagnak a sorsa a későbbiekben, és mit tudhatunk meg erről a „gyűjteményről” ma?

Az utóbbi kérdések tisztázására kutatást folytattam az ország több múzeumában.¹⁴ A lábjegyzetben felsorolt 17 intézményben egyrészt a képzőművészeti leltárkönyvet vizsgáltam (a „Megszerzés módja” rovatból kiolvasható, mely művek jutottak a Művészeti Alap által a gyűjteménybe), illetve interjúkat készítettem azokkal a művészettörténészekkel, akik már a tárgyalt időszakban is az adott múzeumban dolgoztak. Visszaemlékezéseikből, illetve egyes múzeumok irattárában megőrzött levelezésekből pontosan rekonstruálható, hogyan működött a „millió” vásárlás a gyakorlatban.

Ugyancsak az *oral history* módszerét alkalmaztam az egykori Művészeti Alap, a Művelődésügyi Minisztérium, illetve a Képző- és Iparművészeti Lektorátus munkatársaival folytatott beszélgetéseimben. A tőlük begyűjtött információk sokat segítettek a részletek megismerésében és a téma árnyalásában.

Így összességében vizsgálható az, hogy az adott társadalmi-politikai környezetbe ágyazva miként működött 15 évig a Kádár-korszak állami mecénatúra intézménye – illetve a „millió” vásárlással hogyan építettek ki egyfajta kortárs „kánont”, s ebben a kánonban melyik festőnek milyen szerep jutott.

2. Társadalmi és (kultur)politikai háttér

2.1. Szocialista meggyőződés, szocialista ember

A kádári konszolidáció alapját döntően az 1960-as évek elején a társadalom irányában tett „engedmények” jelentették (Rainer M., 2004: 15). Azzal, hogy a Kádár-féle politikai vezetés szakított a Rákosi-rendszer kirekesztő osztálypolitikájával, a korábbinál oldottabb közhangulatot biztosítottak (Kende, 2003). Az „aki nincs ellenünk, az velünk van!” kádári jelszava a társadalom nagy részének egyfajta nyugalmat teremtett – valójában komoly korlátok közé szorított nyugalmat (György, 2005). Kalitkába zárt szabadságot – mint ahogy Haraszty István „Mint a madár” című műve ezt kiválóan érzékelteti.¹⁵

Ez a bezártság a hétköznapi élet minden területén érezte hatását, hiszen a „gondoskodó állam” próbált mindent felülről, központilag irányítani. Fokozottan igaz volt ez a kultúrára, amelynek komoly szerepet szántak a szocializmus „építésében”, a szocialista eszmék terjesztésében. „A szocialista társadalomban megnövekedett az irodalomnak és a művészeteknek tudatformáló szerepe [...] a nagyarányú kulturális átalakulás maga után vonta az irodalom és a művészetek társadalmi felelősségének megnövekedését is” – olvasható a Társadalmi Szemle egyik 1965-ös számában, a Központi Bizottság irányelvei között.¹⁶

A „kétmillió” vásárlások kultúrpolitikai háttérét vizsgálva mindenképp releváns szempontnak tűnik, hogy a kádári politikai vezetés a kultúrában is gyámkodó (s egyben persze elkötelező) állami attitűdöt alakított ki. Fontosnak

tartotta azt, hogy támogassa a művészeket – nyilván csak azokat, akik nem álltak élesen szemben a rendszer ideológiájával.

Ugyanakkor azt is fontos megjegyezni, hogy az Alap táblakép-vásárlását nem elsősorban politikai eszközként kell értelmeznünk, hiszen a támogatás igénye a művészek részéről merült fel először. Sokkal inkább beszélhetünk a fent tárgyalt paternalista jellegről; arról, hogy az állam maga bújik a mecénás szerepébe, s központilag kívánja biztosítani a művészek megélhetését.

2.2. A kakukktojások: képzőművészet és zene

„A képzőművészet irányítását a legteljesebb bizonytalanság jellemezte, amely részben a hatvanas évek végére anakronisztikussá vált felügyeleti rendszer ellentmondásaiból, részben pedig a korszerű és a politikai irányelvektől mentes kritika hiányából fakadt” – állapítja meg Sasvári Edit annak kapcsán, hogy a képzőművészetben mennyire nem érvényesült a – például az irodalomban jól működő – cenzúra hármassága (Sasvári, 2003:13). Mint György Péter írja:

„... a képzőművészeti élet alakítóinak épp az okozott fejfájást, hogy fogalmuk sem volt, hogy egyéni intenciójukon, ízlésbeli elfogultságaikon túl, úgymond teoretikus alapossággal, mit is soroljanak a támogatás és a türés fogalomkörébe” (György, 2005: 166).

Ennek elsősorban az lehetett az oka, hogy a szigorú értelemben vett szocialista realizmus ekkorra már elavult, a kultúrpolitikai vezetés viszont bizonytalan volt abban, hogy helyette mit értsen haladó, kortárs művészetten (György, 2005: 167).

Ennek következményeként a kultúrpolitika apránként engedelményekre kényszerült (míg az 1960-as évek elején az absztrakt festmények számítottak tiltottnak, az 1970-es évekre ezeket már megtűrik, s helyettük a megjelenő „veszélyes” konceptuális művésztől irtóznak inkább), a politika és a művészek között folyamatosan „alkuk” kötődtek. Tulajdonképp *ad hoc* személyi döntéseken múltott egy-egy kiállítás vagy mű sorsa: „a cenzúra személyre szabottan működött, a művek értéke alkotóiknak a hatalomhoz való lojalitása alapján dőlt el” – írja Sasvári (Sasvári, 2003: 14).

3. A Művészeti Alap rövid története 1968-ig¹⁷

A képzőművészet centralizált irányítását a Művelődésügyi Minisztérium mellett a rendszer több intézménnyel biztosította.¹⁸ Ezek között a Képzőművészeti Alapnak kiemelkedő szerep jutott – elsősorban biztos anyagi bázisa okán.

A Képzőművészeti Alapot 1952-ben hozták létre, szovjet mintára; elsősorban a képzőművészek támogatásával, szociális ellátásával foglalkozott.¹⁹ Mivel ehhez kezdetben a központi költségvetésből nem biztosítottak megfelelő anyagi keretet, az Alap nem tudta ellátni szociális feladatait – ezért 1954-ben, egy minisztertanácsi előterjesztés értelmében átszervezték az intézményt.²⁰ Az Alap az államtól a különféle adókedvezmények mellett megkapta a Képcsarnok Állami Vállalatot is, amelynek bevételeivel gazdálkodhatott. Így 1954-ben a Képzőművészeti Alap összesen négy vállalatot hozott létre: az Iparművészeti Vállalatot, a Képzőművészeti Alap Kiadóvállalatát, a Képzőművészeti Kivitelező Vállalatot és természetesen a Képcsarnok Vállalatot (Borbély, 1979). E négy helyről jövő bevétel a Képzőművészeti Alap számára biztos forrást jelentett, amelyből az eredeti feladatok mellett már nemcsak saját dolgozóinak szociális ellátását tudta megoldani, hanem minden tagjának is tudott volna például nyugdíjjal szolgálni. Ez viszont már a Zenei, illetve az Irodalmi Alaphoz képest jelentett túlzott „előnyt”. „Mindez oda vezetett, hogy a Minisztertanács 1968. január 1-jei hatállyal elrendelte a három Alap egyesítését a Magyar Népköztársaság Művészeti Alapja elnevezéssel” (Borbély, 1979: 5). Az intézménynek 1968-tól tehát az irodalom, a zene és a képzőművészet területén is el kellett látnia művészetpolitikai, gazdasági és szociális feladatait.²¹

4. 1963: a főpróba éve - a cél a színvonal emelése

Az Alap felhívása a Művészetben olvasható:

„A Képzőművészeti Alap, abból a célból, hogy segítse a magas színvonalú képzőművészeti és iparművészeti alkotások létrejöttét, amelyeket a művész mindennemű konkrét megbízástól és megrendeléstől függetlenül készít, egy évben kétszer (ez évben először július 1-jén, majd december 1-jén) külön erre a célra összeállított zsűri bizottsággal vásárlást eszközöl [...] A vásárlásra 1963-ban a Képzőművészeti Alap összesen 1 200 000 forintot fordíthat.”²²

Bizonyosnak látszik, hogy ezt az 1963-as két vásárlást egyfajta főpróbának szánták, melyen tesztelheték azt, hogy a gyakorlatban mennyire válik be egy ilyenfajta támogatási forma.²³ A felhívásban megfogalmazottakhoz képest ugyanis a másfél évvel később életbe lépő vásárlási szisztéma több ponton is eltért: 1965-től évente négy alkalommal volt beadás, a keretösszeget pedig kétmillió forintra bővítették.

5. Egy kiforrott rendszer működése

Az 1965-től 15 éven keresztül folyamatosan megtartott „kétmillió” vásárlásoknak kialakult egyfajta sajátos működési mechanizmusuk. Az alábbi fejezetben ezt három szakaszra bontva vizsgálom: a beadás, a zsűrizés és az elosztás jellegzetességeit összegzem röviden, a rendelkezésre álló dokumentumok, illetve visszaemlékezések

alapján.

5.1. A festői kibontakozás lehetősége: „szabad” beadási rendszer

A „magasabb igényű” táblaképek létrejöttének érdekében a Képzőművészeti Alap megszabadította a festőket a képcsarnoki kényszerektől: szabad beadási rendszert alakított ki. A művészekről itt nem volt elvárás, hogy megfeleljenek a közönség ízlésének; maguk dönthették el, hogy milyen művel szerepeljenek a „millióson” – azaz a festők itt kibontakoztathatták saját stílusukat.

A beadásnak mindig előre megszabott határideje volt, amelyről a festők egy értesítőtől tájékozódhattak – ebben a helyszínt is megjelölték, ahova az alkotást szállítani kellett.²⁴ Ez az értesítő mintegy „belépőként” szolgált, hiszen ilyen csak a Képzőművészeti Alap, illetve a Szövetség tagjai kaptak. Ezzel a „kétmillióson” támogatásból eleve kirekesztették azokat, akik nem voltak tagjai a két szervezet közül legalább az egyiknek.

5.2. Zsűrizés: szigorú szakmai, illetve megengedőbb, szociális szempontok alapján

A beküldött műveket név és cím nélkül, csupán egy sorszámmal ellátva állították ki.

„A [...] festmények közül a Magyar Képzőművészek Szövetsége által megbízott két bizottság titkos szavazással választja ki a megfelelő műveket. A zsűrikben 15-15 művész foglal helyet: az egyik csoport az I. és III. negyedévben, a másik a II. és IV. negyedévben működik”

- olvasható abban a tájékoztatóban, melyet az 1965-ös „kétmillióson” vásárlásokról tartott szakmai bemutatóra adtak ki.²⁵

A zsűrizés kapcsán Berkes József, a Képzőművészeti Alap egykori, lektorátusi osztályvezetőjének emlékei fontos forrásként szolgálnak. Berkes minden évben jelen volt a zsűrizésnél mint a Képzőművészeti Alap képviselője – s bár hivatalosan nem volt zsűritag, a választásban egy szavazati joga neki is volt.

Berkes emlékei szerint a beküldött művek sorsa nyílt vitán dőlt el, amely közben többféle szempont is előtérbe került. Egyrészt a festők nyilván saját, szakmai szempontjaikat tekintették elsődlegesnek (azaz például a mester, Domanovszky Endre – mint a realista művészet híve – valószínűleg szakmailag ítéltetett rossznak egy elvont absztrakciót²⁶), másrészt előkerültek bizonyos szociális szempontok is. A festők ismerték egymás anyagi helyzetét, s pontosan tudták azt, hogy a „milliósból” jutó támogatás épp kinek jelentené az egyetlen megélhetési lehetőséget.

A festők általi zsűrizésnek végül két következménye lett, amelyre a korabeli kritika is felhívta a figyelmet: egyrészt „a minőségi mérce magas volt. Félbehagyott, könnyelműen összedobott kép nem kerülhetett be”, másrészt viszont „a névsor [...] kissé hiányosra sikerült, s a kezdetben széles nyitásra tervezett stílárius olló fokozatosan összezárult. A megvásárolt művek listáján, kevés kivétellel, ismert nevek szerepelnek, a problémamentesebb alkotások nagyobb eséllyel vettek részt az akcióban, mint az új irányban tapogatózó” – írta D. Fehér Zsuzsa a Művészet egyik 1966-os számában, az előző évi „kétmillióson” szakmai bemutatója kapcsán (D. Fehér, 1966: 16).

Annak, hogy a zsűri zömmel inkább a problémamentesebb alkotásokat választotta ki, a szakmai nézőpont és a szociális szempont mellett egy harmadik oka is lehetett: a zsűri tagjai tudták, hogy az általuk kirostált műveknek még egy szűrőn kell átmenniük. Létezett ugyanis egy Intézőbizottság, amely jóváhagyta, illetve esetenként visszautasította a vásárlásra szánt műveket, kultúrpolitikai szempontból vizsgálva azokat.²⁷

5.3. Az elosztás rendszere: ki mit vihet?

A Képzőművészeti Alap számára a legégetőbb problémát nyilvánvalóan az jelentette, hogy mit kezdjen a zsűri által kiválogatott évi 200-300 festménnyel. Végül egy gazdaságilag és kultúrpolitikailag is minden bizonnyal tökéletes megoldás született arra, hogy a megvásárolt művek ne az Alap Andor utcai raktárában porosodjanak: könyvjóváírással ajándékba adták azokat közgyűjteményeknek, illetve közintézményeknek. A „kétmillióson” így végső soron nemcsak a festőket, hanem a múzeumokat is jelentős mértékben támogatták.

De mely múzeumok részesülhettek az Alap által vásárolt anyagból, ki és hogyan döntötte el, hogy melyik mű hova kerüljön? A kérdésben ismét Berkes József emlékei, illetve a múzeumok irattárában megőrzött levelezések szolgálhatnak hasznos információkkal.

Mint a Képzőművészeti Alap lektorátusi osztályvezetőjének, később a Művészeti Alap osztályvezetőjének, Berkes Józsefnek kiemelt szerepe volt a művek szétosztásában. A megajándékozott múzeumok névsorát a Művelődésügyi Minisztérium Képzőművészeti Osztályával közösen alakították ki, s elsősorban arra törekedtek, hogy országos gyűjtőkörű múzeumok részesüljenek a megvásárolt festményekből.²⁸ Így már a kezdetektől támogatták például a Magyar Nemzeti Galériát, a pécsi Janus Pannonius Múzeumot, a szolnoki Damjanich János Múzeumot, a nagykanizsai Thury György Múzeumot, a szentendrei Ferenczy Múzeumot és a gyöngyösi Mátra Múzeumot – később a megajándékozott múzeumok köre folyamatosan bővült.

Az elosztás rendszeréről összességében elmondható, hogy bár a múzeumok már csak egy kétszeres szűrőn átment anyagból válogathattak, azért a legtöbben találtak a kedvükre való festményeket. Nem beszélve a kisebb vidéki múzeumokról, amelyeknek sokszor az egyetlen gyarapodási lehetőségüket jelentette a „millióson” vásárlás.

6. A kánonépítés gyakorlata 1965 és 1968 között²⁹

A jelenleg ismert dokumentumok alapján megállapítható, hogy 1965 és 1968 között a rendelkezésre álló nyolcmillió keretből a Képzőművészeti Alap összesen 181 festőt támogatott. Persze nem mindegy, hogy kit milyen mértékben: a „megvásárolt” festők között találunk olyat, akitől a négy év alatt 16 festményt vettek – és olyat is, akitől csupán egyet.

Az alábbi fejezetben vizsgált négy év listái alapján elmondhatjuk, hogy a „millió” vásárlásokon kialakult egy bizonyos törzsgárda azokból a festőkből, akiket évről évre folyamatosan támogatott a Képzőművészeti Alap. Jól körvonalazható ezáltal az a „kánon”, amelyet tulajdonképp a zsűriben részt vevő művészek írtak – az alapján, hogy ők kiket tekintettek, kit gondoltak az aktuális kortárs kánon részének. Emellett persze azon festők nevei is megtalálhatók a vásárlási listákon, akiket szociális szempont alapján választottak ki. És azoké is, akik bár nem voltak a „hivatalos” kánon részei, de új irányokba való tapogatózásuk még elfogadható volt a zsűri számára.

6.1. A törzsgárda tagjai

1965 és 1968 közötti listákon 61 olyan festőt találunk, akitől mind a négy évben vásároltak. Számukra tehát a „millió” egyfajta biztos bevételt jelenthetett.

Ilyen tipikus alak volt Jakuba János, aki kihasználta az évi négy beadási lehetőséget – s az Alap minden alkalommal meg is vette a beküldött képet.

Hasonlóan kedvelt volt a zsűri körében Bartl József, Bér Rudolf, Béres Jenő, Boross Géza, Breznay József, Csík István, Duray Tibor, Ék Sándor, Elekfy Jenő, Fejér Csaba, Fenyő A. Endre, Frank Frigyes, Gerzson Pál, Hock Ferenc, Ircsik József, Iván Szilárd, Kántor Andor, Kántor Lajos, Kokas Ignác, Konfár Gyula, Kristóf János, Kurucz D. István, Mácsai István, Medveczky Jenő, Miháltz Pál, Molnár József, Cs. Nagy András, Németh József, Novotny E. Róbert, Orosz János, Óvári László, Pap Gyula, Patay László, Pirk János, Ridovics László, Sarkanytu Simon, Schéner Mihály, Scholz Erik, Somogyi János, Somos Miklós, Sváby Lajos, Szabó Zoltán, Szentgyörgyi Kornél, Szentiványi Lajos, Szurcsik János, Tamás Ervin, Udvardy Erzsébet, Ujváry Lajos, V. Bazsonyi Arany, Vecsési Sándor, Vén Emil, Vidovszky Béla... A névsor azokat tartalmazza, akitől valószínűleg minden beküldött festményt megvettek – azaz azok névsora, akiket a zsűri a kortárs kánon részének tekintett – s akiket az Intézőbizottság is jóváhagyott.

Hiányérzetünk lehetne a kor nagy mesterei, Bernáth Aurél, Domanovszky Endre, Kmetty János vagy akár Kádár György miatt. Ők is küldtek be időnként a „millióra”, s ekkor természetesen megvásárolták munkáikat. Ám például Domanovszky 1965–1966-ban nem adott be, Bernáth pedig általában csak egy-egy képet. Számukra más források biztosították a megélhetést, s valószínűleg nem akarták tanítványaik elől elvenni a lehetőséget.³⁰

6.2. További, gyakorta szereplő nevek a „kétmillióson”

Aczél Ilona, Arató János, Balogh András, Balogh László, Barcsay Jenő, Bartha László, Basilides Barna, Benedek György, Benkő Katalin, Berki Viola, Blaski János, Bod László, Bolgár József, Bóhm Lipót, Csáki-Maronyák József, Czimra Gyula, Deim Pál, Dombrovsky László, Fónyi Géza, Gábor Marianne, Gálffy Lola, Garabuczy Ágnes, Gera Éva, Gulyás Dénes, Herwerth József, Hincz Gyula, Imre István, Kádár János Miklós, Keleti Jenő, Klimó Károly, Lakner László, Lóránt János, Magos Gyula, Mizser Pál, Moldován István, Mustó János, Nagy Tibold, Nemcsics Antal, Orosz Gellért, P. Bak János, Papp Zoltán, Rábai Ferenc, Sebestyén Ferenc, Sikuta Gusztáv, Somogyi Soma László, Sugár Gyula, Szabados János, Szabó Vladimir, Szilvássy Margit, Szűcs János, Vaszkó Erzsébet, Vati József, Záborszky Viola... Mind olyan festők, akitől csak két-három évben vásároltak, s akkor is csak egy-két darabot.

Mivel a zsűriben lejátszódó vitákat írásban nem rögzítették, nehéz eldönteni, hogy a fenti festőktől miért csak ennyi képet vettek meg. A visszaemlékezésekből pár esetet lehet csak tisztázni.

Koplik Judit szerint „Lakner László képeivel mindig baj volt, de ő iszonyú jó festő volt, nem lehetett figyelmen kívül hagyni” – ezt Berkes József is biztosan megerősíti. Laknertől tehát nyilván nem mindent vettek meg, radikális művészi nézőpontja miatt, de 1966-ban és 1968-ban is elfogadták két-két művét.

Barcsay Jenő esetében viszont szinte biztos, hogy csak ennyi képet adott be, hiszen ő a zsűri oszlopos tagja volt,³¹ köztisztületnek örvendő mester ekkorra.³²

6.3. Akik csak elvétele szerepelnek

A listákon több olyan művész is szerepel, akitől 1965 és 1968 között csak egy évben vásároltak. Ezek: Altorjai Sándor, Bakallár József, Bakky Sándor, Bálint Endre, Balogh Ervin, Baska József, Bencs Gábor, Bencze László, Berényi Ferenc, Boldizsár István, Csákvári Nagy László, Cseh István, Csernő Judit, Csernus Tibor, Csernusné Szilveszter Katalin, Demény Miklós, Dobi Piroška, Doór Ferenc, Fabók Gyula, Fischer Ernő, Fontos Sándor, Fóth Ernő, Galambos Tamás, Gráber Margit, Gyémánt László, Ilosvai Varga István, Jets György, Karácsonyi Irén, Kemény Zsigmond, Kohán György,³³ Kondor Béla, Litkei József, Luzsicza Lajos, Mattioni Eszter, Mohácsi Ferenc, Móricz Sándor, Nagy B. István, Németh László, Noel Ö. Gábor, Paizs László, Paróczy Ágnes, Pataki Ferenc, Román György, Schey Ferenc, Seday Mária, Simon Balázs, Szamosvári József, Tilles Béla, Tóth Imre, Vidéky Brigitta (Iván Szilárdné), Viski Balás László, Viskiné Dörre Mária, Xantus Gyula, Z. Gács György, Zalaváry Miklós, Zilahy György.³⁴ E névsorban találjuk a legtöbb olyan festőt, akit ma a „hatvanas évek” magyar képzőművészetének meghatározó alakjainak tekintünk.

Altorjai Sándort például, aki bár egyértelműen az avantgárd felé fordult, 1965-ben még „egy gyönyörű pasztellel

jelentkezett a milliósra” – emlékszik vissza Koplík Judit.³⁵ Avantgárd festményei beadásával az 1960-as években valószínűleg egyáltalán nem is próbálkozott Koplík Judit szerint; később, az 1975-ös „kétmillióson” már ismét vásároltak tőle.³⁶

A Párizsból 1962-ben hazatért Bálint Endrétől 1968-ban vásároltak először: az „Ibizától Szentendréig” című festményét ekkor vették meg. Tőle 1968 után egyébként folyamatosan vásároltak, egy-két képét a zsűri szinte minden évben elfogadta.

Meglepő viszont, hogy az 1965-ös listán szerepel Csernus Tibor neve – hiszen ő 1964-től már Párizsban élt. „Ekkoriban még nem tudta senki, hogy mennyi ideig marad Párizsban, a műtermét is fenntartották még egy darabig... Csernus szinte idol volt, a szakma előtt tekintélye volt, az ő művét nem hagyta ki a zsűri” – meséli Koplík Judit. „Táj” című festménye mellett, ugyancsak 1965-ben Csernus feleségétől, Szilveszter Katalintól is vásároltak két képét.

Egy alkalommal szerepel a listán Gyémánt László is – 1966-ban vették meg tőle „Építkezés” című művét. Az ő popos stílusa valószínűleg többször nem ment át a zsűri szűrőjén a négy év alatt (ha egyáltalán adott be).

Szintén csak 1966-ban vásároltak Kondor Bélától, „Női portré” című alkotását. Az ő „távolmaradása” valószínűleg a művészeti életben való különtségével magyarázható (lásd György, 2005: 167–170).

7. Paradigmaváltás a „kétmillióson”

„A hatvanas-hetvenes évekre az a nem meglepő helyzet állt elő, hogy a békés szürrealizmust gyakorló Bálint Endre, Vajda Júlia munkássága megindulhatott a kanonizálás útján, minthogy semmiféle ideológiai tabut nem sértett” – írja György Péter (György, 2005: 134). Bálint Endre esete jól példázza azt a paradigmaváltást, amely az 1970-es évek végére – a „kétmillió” rendszerében is – végbement. A szürrealista, absztrakt képek az 1970-es években többé már nem számítottak tiltottnak, az egy évtizeddel korábban még háttérbe szorított festőket pedig fokozatosan próbálták bevonni a hivatalos kánonba.

Azok a művészek azonban, akiket a „kétmillióson” hosszú évekig mellőztek, továbbra sem adták be munkáikat a vásárlásra – vagy pusztán megszokásból vagy sértettségből.³⁷ Ezért a legutolsó években a Művészeti Alap munkatársai felkeresték a művészeket műtermeikben, s próbálták őket meggyőzni, hogy küldjenek be festményt a „millióra”.³⁸ Így látogattak el például Gyarmathy Tihamérhoz vagy Martyn Ferenchez is.

Az 1979-es és az 1980-as vásárlási listákon Gyarmathy és Martyn mellett szerepel Anna Margit, Bak Imre, Nádler István és Váli Dezső neve is, a fiatalabb generációból pedig megjelent például Tölg-Molnár Zoltán és ef Zámbo István is.

Az 1970-es évek végére még egy alapvető változás történt a „millió” működésében: a múzeumok egyre gyakrabban jelentkeztek saját igényeikkel. A múzeumi gyűjteményépítők megelégtették azt, hogy egy előre átszűrt anyagból válogathattak csak. Ehelyett elkezdtek ajánlatokat tenni arra, hogy melyik művész adott munkáját vásárolja meg az Alap a rendelkezésére álló keretből – ez az eredeti szisztémától már jelentős eltérést jelentett.

Mindez oda vezetett, hogy 1981-től az állami mecénatúra-vásárlások irányítása a Művészeti Alap kezéből átkerült a Művelődésügyi Minisztériumhoz, amely a szervezést a lektorátusra bízta. A bevezetőben már említett „lektorátusi vásárlás” rendszerét úgy alakították ki, hogy abban a hangsúly elsődlegesen már nem a művészekre, hanem sokkal inkább a múzeumokra volt.

Ezzel 1981-re gyakorlatilag véget ért a 15 éven át a Magyar Népköztársaság Művészeti Alapja által irányított és kézben tartott „kétmillió” vásárlás.

8. A „kétmillió” képek utóélete...

8.1. Állandó kiállításokon, közintézmények dekorációjaként és múzeumi raktárakban

Székesfehérvárra a „millió” vásárlásból összesen 14 festmény került – közülük jelenleg egy kép szerepel a Szent István Király Múzeum állandó képzőművészeti kiállításán: Ujházi Pétertől a „Párviadal” című festmény. Ujházi egy másik képe, „Az utolsó pogánylázadás 1061-ben” múzeumi dekorációként funkcionál – a többi festmény pedig raktárban van. Ám a Székesfehérvárra került anyagot folyamatosan mozgatják, kiállításokra kölcsönzik őket. Ez elsősorban annak köszönhető, hogy az ide került műveket a művészettörténészek, Kovalovszky Márta és Kovács Péter kellő gondtal és ízléssel válogatták ki. Mint Kovalovszky Márta mesélte, ők csak olyan képre nyújtották be az igényüket, amelyre valóban szükségük volt, amelyet valóban jónak tartottak.

Ezzel szemben Szolnokra, a Damjanich János Múzeumba több mint 210 festmény érkezett a „millióokról” – ezek közül hivatalosan mindegyik raktárban van. Néhányuk azonban dekorációként fellelhető a múzeumban, a városházán, illetve a megyeházán is. Szolnokon nemcsak a közgyűjtemény részesült a támogatásból, hanem az egykori pártiskola is. Itt az 1979-es vásárlásból jó pár kép ki volt állítva – ám a rendszerváltást követően ezek is mind a raktárban kötöttek ki.³⁹

A Magyar Nemzeti Galériába közel 400 festmény került, csak az 1971 utáni vásárlásokról.⁴⁰ Ebből a hatalmas anyagból 12 darab szerepel az állandó kiállításon,⁴¹ amely a 20. század második felének művészetét mutatja be. Azt ugyanakkor nem szabad elfelejtünk, hogy a Galéria előnyt élvezett a válogatásban – azaz ide a legkiválóbb

munkák kerülhettek.

A Báthori István Múzeumba 55 festmény került – mindegyik a korszak kifejezetten támogatott művészetől. Jelenleg – két Mácsai-képet leszámítva, amely dekorációként szolgál – mindegyik festmény raktárban van. Am a nyírbátori múzeum képzőművészeti gyűjteményét a mai napig ez az anyag határozza meg.⁴²

A miskolci Herman Ottó Múzeum 47 festményt kapott ajándékba a Művészeti Alaptól – ezek is mind raktárban vannak vagy dekorációk a múzeum kávézójában, a Miskolci Egyetemen, a Gábor Áron Művészeti szakközépiskolában vagy a Semmelweis Kórházban.

A sárospataki Rákóczi Ferenc Múzeum tulajdonába 59 kép jutott könyvjóváírással – három kivétellel (amelyek dekorációk a múzeumi könyvtárban, illetve vendégszobákban) mindegyik a raktárban várakozik.

A Déri Múzeum több mint 70 képet hozott el a „millió” vásárlásokról – mind raktárban van.

Az Intercisa Múzeumba összesen hét festmény került, mindegyik az 1977-es vásárlás anyagából. A képeket nem közvetlenül a Művészeti Alaptól, hanem a Dunaújvárosi Városi Tanács VB Művelődésügyi Osztályától kapták ajándékba. Csakhogy az Intercisa Múzeum még akkor sem foglalkozott képzőművészeti gyűjtéssel: dr. Lendvai Márta igazgató hiába próbálta megmagyarázni a tanácsnak, hogy nem tudnak mit kezdeni a képekkel – raktározni kellett őket. Az 1980-as években aztán az igazgató átadta a festményeket a dunaújvárosi Uitz Terem tulajdonába – ma ennek egyik raktárában található a hét festmény.

A Jósa András Múzeumban 25 képről állapítható meg biztosan, hogy a „milliósról” származik – ezek közül öt lappang, a maradék raktári vagy megyeházi dekorációként lelhető fel.

A békéscsabai múzeumnak 28 festmény jutott – ezek közül például a három Kiss György-képet, mikor ott jártam, épp kiállításra vitték (egyébként itt is raktáron van minden...).

A Magyar Nemzeti Galériához hasonlóan kivételezett helyzetben volt a pécsi Janus Pannonius Múzeum is – elsősorban Romváry Ferenc válogatásának köszönhetően közel 100 festményt ajándékozott az Alap a múzeumnak. Ezek közül több is szerepel az állandó kiállításokon: például Deim Pál, Fajó János vagy Paizs László képei.

A bajai Türr István Múzeumba 37 festmény került – itt is raktárba vagy a városházára dekorációnak. De például az idén rendezett Berki Viola életmű-kiállításához használtak az anyagból egy képet.

Kaposváron Horváth János Milán kezdte el a kortárs képzőművészeti gyűjtemény gyarapítását – a múzeum részéről ő használta ki először a „millió” támogatás nyújtotta lehetőséget. Így 1974 és 1980 között 31 festményt választott ki, elsősorban a helyi érdekeltségű⁴³ (például Szabados János) vagy a gyűjtési szempontba illő festők művei közül.

Dr. Dömötör János igazgatósága idején több mint 80 festmény jutott a hódmezővásárhelyi Tornyai János Múzeum tulajdonába, az Alap ajándékaként. Az anyagból adtak át a Ráckevei Városi Képtárnak, illetve hét festmény jelenleg is látható az Emlékpont Múzeum vásárhelyi művészek kiállításán.

A szegedi Móra Ferenc Múzeum „millió” gyűjteménye közel 60 festményből áll. Mind raktáron...⁴⁴

A Ferenczy Múzeumnak sikerült összeválogatnia a Szentendréhez kötődő festők munkáit – a Művészeti Alaptól kapták ajándékba például azt az 1934-es Barcsay-képet, amely a festő állandó kiállításán szerepel, illetve két Bálint Endre-festményt is, amely a Vajda kiállításon látható.

A „kétmillió” képek közül néhány darab maradt még a Múcsarnok egyik raktárában is, például Fóth Ernő, Kokas Ignác, Sváby Lajos, Somos Miklós, Bartha László, Hincz Gyula, Óvári László, Dienes Gábor, Vén Emil, Szurcsik János, Dombrovsky László, Eigel István egy-egy képe. Többségük a rendszerváltás után került vissza a Múcsarnokba, például a politikai főiskoláról vagy Pozsonyból, a Magyar Intézetből.

8.2. „...raktárban, »nemzeti vagyon« feliratú leplombált ládáknak őrizve”⁴⁵

„Aki vette a fáradságot, s az utóbbi másfél évtizedben több-kevesebb rendszerességgel figyelemmel kísérte [...] a kétmillió állami vásárlások [...] bemutatóit, érdekes, tanulságos képet kaphatott a kortárs magyar festészetről. Vajon mi lenne az impresszióink, ha együtt láthatnánk ezt az évek alatt összegyűlt hatalmas anyagot...?” – szegezi a kérdést a Művészet olvasóinak Kerégyártó István 1979-ben, majd így folytatja:

„Valószínű, hogy az anyag egy része változatlanul hitelesnek, értékesnek bizonyulna, viszonylag sok lenne a közepes vagy az erejét veszített, gyenge avagy éppenséggel őszintétlen mű. Lehetne örülni, hogy egy sor értékes mű köztulajdonba került, lehetne sajnálkozni, hogy mennyi kitűnő mű maradt ki, s mennyi közepes, belső erőnek, eredeti látásmódnak híjával levő festmény került be” (Kerégyártó, 1979: 13).

Harminc év távlatából, eddigi kutatásaim alapján, részben egyetértek Kerégyártóval. Míg a részletesebben vizsgált, 1965 és 1968 közötti szakaszban megvásárolt művek közül nagyon kevés a ma is hitelesnek ítélt festmény, az 1970-es években végbement művészetpolitikai paradigmaváltásnak köszönhetően jelentősen bővült ez a kör. Ugyanakkor nem felejtkezhetünk el arról a hatalmas anyagról sem, amelyet a „millióson” kitermelt közepszerű képek alkotnak, múzeumi raktárakban megbújva. Mindenesetre a „kétmillió” vásárlásokat nem lehet egy általánosítással elintézni, hiszen a korszak művészeti életének minden árnyaltsága szerepet játszott alakulásában. Ezért a történet hiteles rekonstruálása további kutatást igényel.

Felhasznált irodalom

Aradi Nóra (1965): Hús év képzőművészetéről. *Kritika*, 4. sz.

Assmann, Jan (2000): *A kulturális emlékezet*. Budapest: Atlantisz Kiadó.

Baráth Magdolna (2004): Magyarország és a Szovjetunió In: Rainer M. János (szerk.): *„Hatvanas évek” Magyarországon. Tanulmányok*. Budapest: 1956-os Intézet, 31–62.

Borbély Károly (1979): A művészet anyagi alapjairól. *Művészet*, 11. sz.

D. Fehér Zsuzsa (1966): A kétmillió vásárlás szakmai bemutatójáról. *Művészet*, 8. sz.

Ébli Gábor (2006): *Magyar műgyűjtemények 1945–2005*. Budapest: Enciklopédia Kiadó.

Egri Mária (1987): *Sváby Lajos*. Budapest: Révai Kiadó.

György Péter (2005): *Kádár köpönyege*. Budapest: Magvető Kiadó.

Horváth György (2001): Kortárs művészet a magyar múzeumokban 1945–1980 In: Pataki Gábor & Sümegi György (szerk.): *Kortárs művészet múzeumi gyűjteményekben 1988–1999*. Budapest: Képző- és Iparművészeti Lektorátus, 12–18.

Horváth Sándor, szerk. (2008): *Mindennapok Rákosi és Kádár korában. Új utak a szocialista korszak kutatásában*. Budapest: Nyitott Könyvműhely.

Kalmár Melinda (2004): Az optimalizálás kísérlete. Reformmodell a kultúrában 1965–1973 In: Rainer M. János (szerk.): *„Hatvanas évek” Magyarországon. Tanulmányok*. Budapest: 1956-os Intézet, 161–197.

Kende Péter (2003): Mi történt a magyar társadalommal 1956 után? In: Rainer M. János & Standeisky Éva (szerk.): *Évkönyv XI. 2003. Magyarország a jelenkorban*. Budapest: 1956-os Intézet, 9–17.

Kerégyártó István (1979): Festészet, műkereskedelem, mecenatúra. *Művészet*, 11. sz.

Keszthelyi Ferencné (2001): Az ún. lektorátusi vásárlásokról In: Pataki Gábor & Sümegi György (szerk.): *Kortárs művészet múzeumi gyűjteményekben 1988–1999*. Budapest: Képző- és Iparművészeti Lektorátus, 19–21.

Klanciczay Júlia & Sasvári Edit, szerk. (2003): *Törvénytelen avantgárd. Galántai György balatonboglári kápolnaműterme 1970–1973*. Budapest: Artpool & Balassi.

Kovács Péter & Kovalovszky Márta & Ladányi József & Lakat Erika & Sasvári Edit, szerk. (1994): *Fehérvári kiállítások 1963–1993*. Székesfehérvár.

Kovalovszky Márta & Kovács Péter (2000): *„Örülök, hogy itt lóghat”*. Művészeti gyűjtemények Székesfehérvárott. Székesfehérvár.

Nagy Ildikó, szerk. (1991): *Hatvanas évek. Új törekvések a magyar képzőművészetben. Kiállítás a Magyar Nemzeti Galériában, 1991. március 14.–június 30.* Budapest: Képzőművészeti Kiadó – Magyar Nemzeti Galéria, Ludwig Múzeum.

Németh Lajos (1972): *Modern magyar művészet*. Budapest: Corvin Kiadó.

Ormos Tibor (1964): A Képző- és Iparművészeti Lektorátusról. *Művészet*, 5. sz.

Rainer M. János (2004): A „hatvanas évek” Magyarországon. (Politika)történeti megközelítések In: Rainer M. János (szerk.): *„Hatvanas évek” Magyarországon. Tanulmányok*. Budapest: 1956-os Intézet, 11–30.

Révész Sándor (1997): *Aczél és korunk*. Budapest: Sík Kiadó.

Rózsa Gyula (1977): *Négy portré. A Munkácsy-díj nemzedéke*. Budapest: Képzőművészeti Alap Kiadóvállalata.

Sasvári Edit (2000): Miért éppen Pór? A kádári „üzenési” mechanizmus természetéhez In: Kőrösi Zsuzsanna & Rainer M. János & Standeisky Éva (szerk.): *Évkönyv VIII. 2000. Magyarország a jelenkorban*. Budapest: 1956-os Intézet, 124–159.

Valuch Tibor (2002): *Magyarország társadalomtörténete a XX. század második felében*. Budapest: Osiris Kiadó.

Valuch Tibor (2003): A bőséges ínségtől az ínséges bőségig. A fogyasztás változásai Magyarországon az 1956 utáni évtizedekben In: Rainer M. János & Standeisky Éva (szerk.): *Évkönyv XI. 2003. Magyarország a jelenkorban*. Budapest: 1956-os Intézet, 51–78.

Varga Imre (szerk.) (1979): *Párbeszéd a művészetpolitikáról. A munkásábrázolás, az ízlés, a szocialista életmód, az alkotói szabadság, a művészeti érthetőség, a művészi érték, a szórakozás kérdéseiről*. Budapest: SZOT Kulturális, Agitációs és Propaganda Osztálya.

Wehner Tibor (szerk.) (2002): *Adatok és adalékok a hatvanas évek művészetéhez. A Művészeti Bizottság*

Lábjegyzetek

- 191 A kritika bibliográfiai adatait Sváby Lajos kérésére nem közlöm. Sváby szerint lényegtelen, hogy konkrétan melyik cikk sértette meg – akkoriban ugyanis több negatív kritika is érte a „kétmillióst”.
- 192 Múcsarnok, 1979. január 7-14. A Művészeti Alap 1978-as vásárlásai. Forrás például: Kiállítás a Múcsarnokban az 1978-ban vásárolt festményekről. *Népszabadság*, 1979. január 7. 14. o.
- 193 Beszélgetés Sváby Lajossal 2009 áprilisában.
- 194 A Magyar Népköztársaság Művészeti Alapja által szervezett vásárláson Sváby két másik festménye mellett a „Szégyenkép”-et is megvették. Forrás: *Művészeti Alap vásárlásai '79. Festmény, Kisplasztika: Múcsarnok* kiadványa, 1979. A kiállítást a Magyar Népköztársaság Művészeti Alapja és a Múcsarnok gondozásában Kovács Béla rendezte. Felelős kiadó: Vészits Ferenc. A katalógust Koplík Judit művészettörténész bocsátotta rendelkezésemre.
- 195 Pontos dátumot egyelőre nem tudunk; Szepes Lászlóné művészettörténész szerint, aki rövid ideig a Művészeti Alap munkatársa volt, 1978-tól évente már csak két vásárlás volt (ő ebben az évben került a Művészeti Alaphoz). A múzeumokban talált levelezésekből pedig az derül ki, hogy 1975-ben még évi négy beadás volt.
- 196 Tájékoztató az 1965-ös állami képzőművészeti vásárlások bemutatásáról. Múcsarnok irattárából. Jelzet: MKCS-C-II-1570/7. 3. o.
- 197 Az összeg az 1970-es évek végére jelentősen nőtt, körülbelül megduplázódott (Horváth, 2001: 17).
- 198 Múcsarnoki irattári szám: MKCS-C-II-1570/6. 1-7. o.
- 199 Múcsarnoki irattári szám: MKCS-C-II-1595/5. 1-14. o.
- 200 Múcsarnoki irattári szám: 1708/7. 1-15. o.
- 201 322/68 irattári számú levélhez csatolva, Türr István Múzeum irattára.
- 202 *Művészeti Alap vásárlásai '79. Festmény, Kisplasztika. Múcsarnok*, 1979.
- 203 Berkes József, a Képzőművészeti Alap osztályvezetőjének 1967. júliusi levele dr. Dömötör János hódmezővásárhelyi múzeumigazgatónak. Tornyai János Múzeum irattára. Jelzet: 10857/67.
- 204 Az alábbi múzeumokban folytattam kutatást (felsorolás látogatásaim időrendi sorrendje alapján): Szent István Király Múzeum, Székesfehérvár; Damjanich János Múzeum, Szolnok; Magyar Nemzeti Galéria (Jelenkori Gyűjtemény), Budapest; Báthori István Múzeum, Nyírbátor; Herman Ottó Múzeum, Miskolc; Erkel Ferenc Múzeum, Gyula; Rákóczi Ferenc Múzeum, Sárospatak; Déri Múzeum, Debrecen; Intercisa Múzeum, Dunaújváros; Jósa András Múzeum, Nyíregyháza; Munkácsy Mihály Múzeum, Békéscsaba; Janus Pannonius Múzeum, Pécs; Türr István Múzeum, Baja; Rippl-Rónai Múzeum, Kaposvár; Tornyai János Múzeum, Hódmezővásárhely; Móra Ferenc Múzeum, Szeged; Ferenczy Múzeum, Szentendre. Továbbá a szekszárdi Wosinszky Mór Múzeumtól kaptam információt.
- 205 Haraszy István : Mint a madár (konceptuális objektum), 1972, acél, bronz, elektronika. Székesfehérvár, Szent István Király Múzeum tulajdona.
- 206 „A Magyar Szocialista Munkáspárt néhány időszerű ideológiai feladata. A Központi Bizottság irányelvei”, *Társadalmi Szemle*, 1965/4. 33. o.; kiemelés tőlem: K. A.
- 207 A Művészeti Alap történetének rekonstruálásában az idézett cikk mellett Berkes József, a Képzőművészeti Alap Lektorátusi Osztályának vezetője, illetve Koplík Judit, Nagy Ildikó és Szepes Lászlóné művészettörténészek segítettek, akik egykor mind a Képzőművészeti Alap munkatársai voltak. Az Alap történetére vonatkozó levéltári iratokhoz még nem sikerült hozzáférnem.
- 208 Például a Művészeti Bizottság, a Képző- és Iparművészeti Lektorátus, Magyar Képzőművészek Szövetsége és a Magyar Népköztársaság Művészeti Alapja.
- 209 Tevékenysége – az azonos szisztémával működő Irodalmi és Zenei Alaphoz hasonlóan – három fő területre terjedt ki: „közvetlen támogatás alkotói előlegek, ösztöndíjak, tanulmányi segélyek formájában; szolgáltatások alkotóházi beutalással; a szociális ellátás különböző formái” (Borbély, 1979: 4).
- 210 „A képzőművészet népnevelő szerepének megvalósítása, valamint képzőművészeink anyagi helyzetének végleges megjavítása úgy érhető el, ha megteremtjük a képzőművészek és a vásárlóközönség között az egészséges, eleven kapcsolatot, és elérjük azt, hogy képzőművészeink alkotásaikból éljenek meg” – idézi

Borbély Károly a minisztertanácsi előterjesztés szövegét (Borbély, 1979: 4-5).

211

„Az Alap feladata - a párt és a kormány kulturális művészetpolitikai elveinek megfelelően - sokoldalúan támogatni a hivatásos művészek alkotómunkáját, az alkotási feltételek és körülmények folyamatos javítását, az alkotómunkát segítő intézmények fenntartását, elősegítve ezzel szocialista művészetünk továbbfejlődését” (Borbély, 1979: 5).

212

Felhívás. *Művészet*, 1963/6. 25. o.

213

Arról, hogy 1963-ban kik és milyen műveket adtak be a felhívás hatására, megfelelő forrás hiányában egyelőre csak részleges ismereteink vannak. A teljes, 1963-as vásárlási lista még nem került elő, 18 műről tudható csupán, hogy ekkor vették meg. Forrás: „Alap-vásárlások 1963-1968-ig. Átadott festmények jegyzéke”. A dokumentum a Műcsarnok Szállítási és Műtárgy-raktározási Osztályának iratai között maradt fenn, leltári vagy iktatási szám nélkül. A listán szereplő művészek: Berényi Ferenc, Csernus Tibor, Elekfy Jenő, Fóth Ernő, Gacs Gábor, Gábor Marianne, Kondor Béla, Kristóf János, László Gyula, Mácsai István, Orosz János, Szabó Ákos, Szilvássy Margit, Szinte Gábor, Tamás Ervin, Udvardy Erzsébet, Ujváry Lajos, Vén Emil. A teljes lista felderítése további kutatást igényel.

214

A „kétmillió” vásárlásokat a Magyar Nemzeti Galériában, a Műcsarnokban vagy az Ernst Múzeumban rendezték.

215

„Tájékoztató az 1965-ös állami képzőművészeti vásárlások bemutatásáról”. Műcsarnoki irattári szám: MKCs-C- II/1570-7-3. oldal: 3.

216

Ez a Művészeti Bizottság jegyzőkönyveiből is kiderül, illetve forrás: György (2005: 167).

217

Forrás: Koplík Judit és Berkes József.

218

Ezt támasztja alá az az 1967-es levél is, melyet Berkes írt a hódmezővásárhelyi Tornyai János Múzeum igazgatójának, dr. Dömötör Jánosnak: „Korábbi felterjesztésünkre a Művelődésügyi Minisztérium Képzőművészeti Osztálya engedélyezte, hogy az anyagból Önök is válogassanak.” Berkes József osztályvezető levele dr. Dömötör János hódmezővásárhelyi múzeumigazgatónak. Kelt Bp., 1967. július 11-én. A levél a Tornyai János Múzeum irattárában maradt fent - irattári száma: 10857/67.

219

A fejezetben szereplő mindenféle adat (nevek, árak), az 1965 és 1968 közötti vásárlási listákról származnak. További adatok még előkerülhetnek.

220

Vagy egyszerűen csak nem tartották rangjukhoz méltónak a „millióst” - de ezt már nem lehet megállapítani.

221

Berkes József mellett Szepes Lászlóné is biztosan emlékszik rá, hogy Barcsay tagja volt a zsűrinek.

222

Ráadásul Barcsay jóval korábbi képeit adta be a „millióra” - 1966-ban vették meg például az 1926-os Munkáslány című festményét. Lehetséges, hogy ő inkább arra használta a „kétmillióst”, hogy jelentősebbnek ítélt műveit múzeumi gyűjteményekbe juttassa.

223

Kohán György 1966-ban halt meg.

224

Zilahy György 1966-ban halt meg.

225

Ez volt az „Ágy” című festménye, amelyet 5000 forintért vett meg a Képzőművészeti Alap.

226

Ez a Magyar Nemzeti Galéria Jelenkori Gyűjteményének leltárkönyvéből derül ki. Leltári száma: MM.77.6. Altörjái Sándor: A... montázs (az Alapnál az 594/IV/75. leltári számon szerepelt, azaz az 1975. évi negyedik beadáson szerepelt a mű).

227

Információ Koplík Judittól és Berkes Józseftől, illetve erre tesz utalást az 1979-es Művészet-cikk is (Kerékgyártó, 1979: 14).

228

Ez már Vészits Ferenc igazgatósága alatt történt; ő 1977. január 1-jével kezdte meg működését a Művészeti Alapnál. Forrás: Berkes József.

229

A Művészeti Alaptól kapott képekből a pártiskolában kiállítás is nyílt, s erről katalógus is készült. *Kortárs képző- és iparművészeti kiállítás*. MSZMP Szolnok Megyei Bizottsága Oktatási Igazgatósága, Szolnok Megyei Múzeumok Igazgatósága. 1980. Katalógust szerkesztette: Selmeczi László.

230

Az adatok a Jelenkori Gyűjtemény leltárkönyveiből származnak; a legelső leltárkönyv 1974-ben indult az osztályon, s csak az 1971 utáni vásárlásokból jött anyagot leltározták a Jelenkori Gyűjteménybe. A '65 és '70 közöttiek a Festészeti Osztályra kerültek - az innen származó adatok feldolgozása folyamatban van.

231

Ezek: Dienes Gábor: Emberek és állatok (MM.77.98), Nádler István: Plasztikus piros (MM.77.107), Fajó János: Öröm (MM.79.49), Deim Pál: Jel III. (MM. 79.60), Kocsis Imre: Külváros (MM.79.176), Záborszky Gyula: Gondolkodó/Harangozó Gyula emlékére (MM.80.239), Nagy Gábor: Kalapos történet (MM.80.241), Lakner

László: Menekülő (MM. 81.330), Kéri Ádám: Háború (MM.81.331), Kokas Ignác: Bejárat a Szent György puszta (MM.81.337), Bartha László: Város I. (MM.82.256), Ujházi Péter: Cirkusz (MM.83.5).

232

A „kétmillió” megszűnte óta a nyírbátori múzeumot leginkább csak művészek támogatták ajándékba adott képzőművészeti alkotásokkal.

233

Bernáth Aurél vagy Martyn Ferenc képeiből is szeretett volna elhozni, de ezeket Pécs vagy a Galéria addigra már lefoglalta (forrás: Horváth János Milán).

234

Három festmény kivételével: egyik a rendőrkapitányságon, másik kettő pedig a múzeum épületében dekoráció.

235

Kerékgyártó István: Festészet, műkereskedelem, mecénatúra. *Művészet*, 1979/11. 14. o.



Állásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

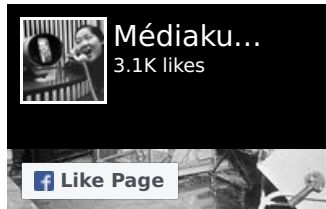
Partnereink

[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 2009 ősz

Sztárok

[Imre Anikó:](#)

A posztoszocialista valóság(-show), avagy mit tanulhatunk Győzikétől?

A dolgozat célja az, hogy összekapcsolja a valóságtelevízió-jelenség egyre növekvő, bár kitartóan Nyugat-centrikus szakirodalmát és az egyik leghevesebben fogadott magyarországi valóság-show-t, a Győzikét. A fő kérdés az, hogy a Győzike-show-n és fogadtatásán keresztül működő neoliberalis mechanizmusok miként világítanak rá a műsor - és általában a valóság-show-k - magyarországi, illetve tágabban a posztoszocialista demokratikus nyilvánosságban betöltött szerepére. Az érvelés a műsor ambivalens fogadtatását annak tartalmi és esztétikai hibriditásával magyarázza, amely Győzikét - és általában a valóságtelevíziót, vagy még tágabban a szórakoztató kereskedelmi tévét - a neoliberalis globalizáció fenyegetése miatt jogosan megnyilvánuló nemzeti aggodalom célpontjává teszi.¹

Bevezető: Valóság-show és nemzeti nyilvánosság a Győzike-show tükrében

Győzikétől semmit nem tanulhatunk. Semmi jót. A reakciók szinte egyöntetű kicsengése legalábbis az, hogy a Győzike-show ártalmas termék és nemzeti szégyen. Az RTL Klub, a TV2 és más kereskedelmi csatornák eleve aláássák a demokratikus-rationális diskurzust, és veszélyeztetik a következő generáció egészséges fejlődését. Még a népszerű fogyasztói kultúrának is a lehető legalacsonyabb rendű megnyilvánulása a Győzike-jelenség. Infantil, felelőtlen magatartásformákat példáz, mohó fogyasztásra ösztönöz, és nem utolsósorban még jobban lejárátja az amúgy is nehéz sorsú roma kisebbséget. Nehéz ezzel az általános véleménnyel vitatkozni annak, aki valamennyit is látott a sorozatból, amelynek első epizódjában a családfeje a végén ülve „gondolkodik”, míg felesége és idősebb lánya ordítva követeli, hogy hagyja el a budit, fiatalabb lánya pedig cowgirlnek öltözve az amerikai zászló színeiben ringatja magát egy hintalovon.

De éppen a vélemények negativitása és hevesége állítja meg az embert az egyetértésben, és készíti elgondolkodásra. A valóság-show-k az 1980-as évek óta árasztják el a globális televíziópiacot. A különböző nemzeti variációk néhány laza narratív kaptafára, *formatra* vezethetők vissza, amelyek mind hasonló esztétikai és ideológiai szerkezetre épülnek. Ami a megítélésüket illeti, sehol sem emelkednek túl magasan a „kulturális szemét” kategóriája fölé. De nehéz lenne olyan sorozatot találni a műfaj történetében, amely annyira elítélő reakciókat váltott volna ki, mint a Győzike-show. Az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Európában többnyire semleges beletörődéssel fogadják őket a közönség, mint a globális médiakultúra nem túl lélekderítő, de olcsó, élvezetes és ezért méltán népszerű alkotóelemeit.

A másik dolog, amely elgondolkodásra készítet, nem más, mint a műsor óriási népszerűsége. A Győzike-gyűlölet másik oldala az, hogy bár nyilvánosan talán egyetlen rajongója sincs, nézettsége rendkívül magas. 2005-ben, amikor elindult, a show kilencszer szerepelt a 20 legnépszerűbb magyarországi műsor között.² Átlagos nézettsége 46,1 százalékos volt a hirdetőpiac számára legfontosabb, 18-49 év közti korosztály körében.³ De a statisztikai adatok nélkül is nyilvánvaló, hogy Győzike és családja nemzeti sztárok, akik állandó szereplői a népszerű magazinok címlapjainak (Munk, 2009). Úgy tűnik, a magyar közönség nem egyszerűen utálja, hanem imádja utálni Győzikét. Mi magyarázza ezt az ambivalenciát? Mi a jelentősége a nyilvános lenézés és privát élvezet kettősségének?

Ha a műsor ilyen intenzív skizofrén indulatokat provokál - talán ugyanazokban a nézőkben is -, akkor valamilyen szerepet játszania kell a magyar - vagy tágabban a posztoszocialista - médianyilvánosságban. Ezt a feltételezést bontom ki a továbbiakban. Segítségül szolgál ehhez a valóság-show mára már elég jelentős szakirodalma, különös tekintettel arra a visszatérő gondolatmenetre, amely ezt a globális televíziós műfajt a neoliberalizmus gazdasági és ideológiai folyamataival hozza kölcsönös kapcsolatba. A fő kérdésem az, hogy a Győzike-show-n és fogadtatásán keresztül működő neoliberalis mechanizmusok miként világítanak rá a műsor - és általában a valóság-show-k - magyarországi, illetve tágabban a posztoszocialista demokratikus nyilvánosságban betöltött szerepére.

Kétirányú tanulságot kívánok mindebből levonni. Egyrészt azt, hogy az olyan, univerzálisan és kategorikusan elítélt, komoly elemzésre érdemtelenné minősített, szórakoztató tévéműsorok, mint a Győzike-show, egyre fontosabb szerepet játszanak egyfajta jellegzetesen posztszocialista neoliberalis nyilvánosság kiépülésében. Másrészt azt, hogy egy ennyire lokális, nemzethez és régióhoz kötött televíziós jelenség, mint a Győzike-show, hasznos lehet abban, hogy megtörje a többnyire angol-amerikai televíziós kutatások gyakran köldöknéző általánosításait. Mindkét javaslat azt kívánja, hogy komolyan vegyük a Győzike-show-t és a körülötte formálódó heves értékítéleteket.

Valóság-show és neoliberalizmus

A valóság-show-k nemzetközi népszerűsége igazán az 1990-es évek elején lendült föl. Bár korábban is léteztek olyan műsorok, amelyek sikeresen vegyítettek fikciós és dokumentarista elemeket, az 1980-as évek végétől a televíziózás nagyléptékű technológiai átalakulása, a média globalizációja és deregulációja, azaz a nemzeti és nemzetközi szabályozás radikális csökkenése, olyan körülményeket teremtett, amelyek az „olcsó, népszerű és szórakoztató” programoknak kedveztek világszerte (Murray & Oullette, 2004). A dokumentarista és a fiktív ábrázolásmód keveredése azóta túlnőtt a valóság-show keretein, és a mai konvergáló médiarendszer egyik fő jellemzőjévé vált. Ez az új, fiktív realizmus sok figyelmet keltett a főleg angol nyelvű *television studies*, valamint a média- és kommunikációtudomány berkeiben. Különösen fontos elemzések születtek a valóság-show esztétikai, gazdaságpolitikai és ideológiai vonatkozásairól. Engem itt leginkább azok a megközelítések érdekelnek, amelyek a valóság-show-t úgy nézik, mint a demokratikus állampolgári nyilvánosság egyre szűkülő hagyományos tereinek alternatíváját vagy gyakorló színpadát, amely fontos szerepet játszik az egyén és a nemzet kapcsolatának átalakulásában a neoliberalis gazdasági és politikai globalizáció viszonyai között.

Kelet- és Közép-Európa azon államaiban, ahol az elmúlt néhány évtized politikai és gazdasági változásai sokkterápiaként indultak, nem pedig viszonylag fokozatos, évtizedeken át kibontakozó gazdaságpolitika eredményeként, a valóság-show is egyfajta kulturális sokként jelentkezett. Ha a Győzike-show elleni reakciókról lehamozzuk a sokk által kiváltott intenzív érzelmeket, könnyen kiderülhet, hogy a műsor maga helyettes szintere más, fenyegető jelenségeknek, amelyek miatt egyfajta bűnbakszerepbe kerül. A valóság-show, mint neoliberalis műfaj, elemzése segíthet megvizsgálni olyan kérdéseket, hogy mi a kapcsolat a roma kisebbség változó nemzeti és európai szerepe és az általános európai Amerika-ellenesség közt; hogy milyen ritkán kimondott etnikai, osztály- és szexuális összetevői vannak a kulturális nacionalizmusnak; hogy miért nem talált termékeny talajra a televíziótudomány és a *cultural studies* Kelet- és Közép-Európában; és hogy mi köze mindehhez a szórakoztató és művészi kultúra közti hierarchiának és az értelmiség presztízscsökkenésének.

Magát Győziket és a műsort nem kell bemutatni. Mint *format*, a valóság-show egyik alfajának, a celeb doku-szappanoperának (*celebrity docusoap*) a mintáját követi, amelynek legismertebb megnyilvánulása a Music Television (MTV) The Osbournes című sorozata (2002–2004). A doku-szappanopera fő vonzereje, hogy a sztárok a szokásos fényüket levetkőzve, „valódi” személyükben, igazi, otthoni környezetükben mutatkoznak. Mint közönséges állampolgárok – és általában mint pocakos férjek – sztár-külsőségek nélkül botladoznak a családjuk körében, ahol a szabályok szerint a feleség az úr. A modell Európában is sok követőre talált. Az egyik fő különbség a tengerentúli és az európai változatok közt az, hogy Európában a sztár és családja a legtöbbször sokkal nyilvánvalóbban a nemzet megtestesítőjeként, nemzeti sztár családként szerepel. Kitűnik ez például a népszerű De Pfaffs (Pfaffék, 2004-) sorozatból, amelyet a flamand kereskedelmi csatorna, a VTM sugároz. A sorozat a kedvelt, már nyugdíjas futballkapus, Jean-Marie Pfaff és népes családja körül forog. Ozzy Osbourne rongyrazó és excentrikus Beverly Hills-i életmódjával ellentétben Pfaffék az olyan hagyományos flamand nemzeti értékeket erősítik meg, mint a polgári egyszerűség, a családközpontúság és az őszinteség (Dhoest, 2004). Bár a műfaj európai interpretációs szabályai úgy kívánnák, képzeljük el, milyen közfelhördülést váltana ki, ha valaki Győziket és családját a nemzeti értékek megtestesítőjének nevezné.

A nemzeti család és a „felelősítés”

Bev Skeggs, Helen Wood és Nancy Thumim etnográfiai munkája azt mutatja, hogy a valóság-show-k Angliában a középosztály hagyományos erkölcsait támasztják alá mint normatív nemzeti értékrendet (Skeggs et al., 2008). A középosztály polgári erkölcsrendszerének normalizálása jellemzi a műfaj egyéb nyugat-európai és észak-amerikai megnyilvánulásait is. Ennek megfelelően a valóság-show egyfajta neoliberalis moralitásjáték, amelyben a jók – azaz középosztályba illő egyének – megkülönböztetnek azoktól, akik nem felelnek meg bizonyos erkölcsi kívánalmaknak. A jó egyén önátalakító munkával bizonyítja magát a színpadon. A másképp nem látható értékeket kell megmutatnia, elő kell adnia látványos érzelmi megnyilvánulásokkal és/vagy látványos fizikai átalakulás során.

Akár a csaló házastársat leplezi le a rejtett kamera, akár ítéldbíró előtt kell megvédenie az egyénnek a döntéseit, akár rendőrök fegyelmezik gumibottal, akár a fölösleges és a társadalom számára költséges kilókat veri le róla a televíziós társaság edzője a nyilvános kínzókamrában, akár a Nagy Testvér figyel, ahogy megosztja legrejtettebb titkait, akár egy felújított házzal lepi meg a szerencsétlenségbe szakadt családot a jótékony tévétársaság, a valóságjáték kétféle kívánatos eredményt hozhat. Az egyik az, hogy a rossz vagy tökéletlen egyénből jó válik. Ezt onnan tudjuk, hogy megváltozik a teste, és látható érzelmi reakciókat vált ki belőle az átalakulás. A hihetőség biztosítékát az érzelemkitörés, a sírás, a nevetés, a káromkodás, az ölelkezés jelenti. A jó egyén, aki a közösségnek ezen túl felelős tagja lesz, ezennel megfelel a középosztály erkölcsi normáinak. A reakciók fordulópontokat jelentenek, amelyek az egyéni erkölcsi javulás kezdőpontjait mutatják a nézőnek.

A valóság-show-k másik lehetséges kimenetele az, hogy akik nem képesek vagy hajlandók megváltozni, azokat méltán ítéli másnak, idegennek, a normáknak nem megfelelőnek, vagyis felelőtlennek a közvélemény szerepében tetszelgő rendőr, pszichológus, edző, műsorvezető vagy más hivatalos személy. Ha az egyén nem is változik meg –

hiszen egyes műsorok csak a felelőtlen egyének és csoportok szabályozására specializálódnak -, a középosztálybeli, felelős nézőnek katartikus öngazolást nyújt a látvány. Legalábbis időlegesen, csak annyira, hogy ne kelljen szembenéznie a traumával, amelyet a neoliberális öngazgatás és önépítés jelentőségének illúziója okozna.

E televíziós moralitásjáték jelentősége jóval túlmutat a szórakoztatáson és a fogyasztáson. Az egyén kínos, izzadó, véres önfelfedése az egyik végpontja a modernitás hosszú folyamatának, amelynek során a nyilvános és az intim szférákban végzett munka egyre inkább összefonódik, hogy végül a munka fogalma maga is az egyén önépítésére korlátozódjon. Anna McCarthy olvasata szerint a neoliberalizmus traumatikus gazdasági és politikai hatásai az egyén végletes érzelmi megnyilvánulásain keresztül semlegesítődnek a valóság-show-kban (McCarthy, 2007). A nemzetállamok az 1980-as évek óta fokozatosan kivonták magukat a gazdaság szabályozásából és az állampolgárok szociális gondozásából. Ez különösen az Egyesült Államokban és az Egyesült Királyságban nyilvánvaló, ahol a Reagan-Thatcher-korszak az oktatást, az egészségügyi és a szociális ellátást, az infrastruktúrát és természetesen a médiát egyre koncentráltabb magántulajdonba helyezte, és a globális piac állítólagosan önszabályozó mechanizmusainak engedte át. A felelősség, amely hagyományosan az államot terhelte mindezekért a feladatokért, fokozatosan az egyénre, azaz a magánszemélyek és a társaságok jótékonyására, illetve a saját sorsáért felelős állampolgárra hárult. Nikolas Rose, a neoliberalizmus egyik legismertebb elméletírója ezt a folyamatot úgy nevezi, hogy *responsibilization*, azaz - nagyjából - „felelősítés” (Rose, 1999). Ezt a felelősítési folyamatot dramatizálja és egyben semlegesíti a valóság-show.

Az Osbournes - mint a legtöbb MTV-valóság-show - nem rest, hogy leleplezze Ozzyt és családját a maga megszágyonító, fizikai valóságában. A cél nemcsak az, hogy a show megdöbbenjen és a helyes, normatív magatartásra emlékeztessen a *voyeur* nézőt, hanem az is, hogy a középosztály családi értékeit megerősítse - amit maguk Osbourne-ék is eljátszanak a családi összetartás ritka pillanataiban. Ahogy Derek Kompare írja:

„Az Osbournes vonzereje abban rejlik, hogy vagyunk és a viselkedésük végletei ellenére a család valahogy mégis működik mint normatív, szerető egység. A végletes viselkedés és a normativitás kettősségének elsőrendű műfaji megnyilvánulása a család feltűnő, büntudat nélküli testisége. A sorozat kendőzetlenül megmutatja, ahogy Osbourne-ék - számtalan háziállattal együtt - ölelkeznek, csókolóznak, birkóznak, esznek, isznak, vakaróznak, bőfögnék, finganak, hugyoznak és szarnak. Elbeszélgetnek hüvelyekről, zacskókról és mellekről, és fölstedik a kutyaszart a szőnyegről. A saját testüket a takarás különböző fokozataiban tárják elének. Kiabálnak a szomszédjaikra, ordítanak egymással, és híresen többet használják a »fuck« szót, mint Tony Soprano” (Kompare, 2004:109).

A Győzike-show nagyjából követi a játékszabályokat. Mégis úgy tűnik, hogy - szemben az Osbournes-zal és a műfaj más nyugati megnyilvánulásival - inkább felfedi, mint elfedi a „felelősítés” traumáját. Elsősorban azért van ez, mert a roma főszereplő nem a cigányok szokásos társadalmi helyén, a kitaszítottak és lesüllyedtek közt jelenik meg, ahogy ez például a Mónika show-ban történne. Bár Győzike hűségesen adja elő azokat az etnikai és osztálysztereotípiákat, amelyek a cigányellenes érzelmeket fűtik - ilyen az irracionális, a láthatóan alacsony érzelmi és értelmi intelligencia, az állandó veszekedési késztetés, a felelőtlenesség, a pazarlás - ezt a műsor nem nevelő célú, fegyelmező, tanító formában tálalja, hanem a sztár doku-szappanopera keretében. Nem lehet egyszerűen lesöpörni az asztalról mint nemkívánatos, alsóbbrendű viselkedésmintát, hiszen Győzike a neoliberalizmus gazdasági sikertörténete, aki ráadásul nagyon is tudatosan, profi módon adja elő a roma giccset, amelyből az RTL Klub ügyesen egyfajta márkát (*brandet*) kovácsolt. Ha a látványosan el(ő)adott etnikai elemeket lehántjuk a műsorról, egy tehetős, de közönséges magyar család ismerős képét kapjuk. Ez magyarázhatja, hogy a show miért annyira népszerű a gyerekek között. Annabel Tremlett etnográfiai kutatásai szerint a serdülőkor alatti közönség azonosul a „magyar család” portréjával, anélkül, hogy automatikusan etnikai bélyegzőt nyomna a műsorra (Tremlett, 2008).

Ezen kívül nem is biztos, hogy létezik olyan működő, évszázadok során kiforrt polgári viselkedésmérce, amelyhez Győzike mérni lehetne. Az államszocializmusból a globális neoliberalizmusba való sokszereplő átmenet eredménye inkább egy forrongó, összezavarodott értékítélet-halmaz, különösen, ami a társadalmi osztályok fogalmát és hierarchikus elkülönülését illeti. Ebben a zavarban az egyik viszonylag megbízható kapaszkodó az európai kultúra, amely a kelet-európai nemzeteknek a kezdetektől fogva irányt mutatott. Mint cél és modell, az európai nemzeti kultúra fogalma mindig valamennyire ideálként lebegett a valóság fölött, a nyelv és a vér által sorsszerűen összekötött, tiszta nemzet képében, amelynek meghatározó paraméterei Európa kiemelkedő szellemi és kulturális teljesítményei. Az effajta azonosulás - éppen, mert ideálon alapszik - keveredésellenes: nemcsak azt a tényt hagyja figyelmen kívül, hogy Európát mindig a népek és a kultúrák keveredése jellemezte, hanem azt is, hogy a jelenlegi konvergáló, globális mediavilágban lehetetlen felülről meghatározni, hol húzódnak a „magas” és a „tömegkultúra” vagy a kommersz és a művészet határai, mi értékes a „népnek” és mi nem. Ebben a megközelítésben szemet szúr a műsorban, hogy szinte minden szempontból hibrid családot mutat be, és hibrid nemzeti családot szólít meg. Nemcsak a roma kisebbséget és a nem roma többséget keveri össze, hanem a „magas” és a populáris kultúrát, a szegényeket és a gazdagokat is. Ez a keveredés aggodalmat kelt, és heves érzelmi válaszokat vált ki. Ezek a válaszok nagyjából két regiszterbe esnek; ezeket „ragadozó” és „kritikai” hozzáállásoknak nevezem.

A „ragadozó” válasz

A „ragadozó” válasz megnyilvánulása ez a - jobb híján rasszistának nevezhető - kommentár a Győzike-show saját honlapján:

„Ezek nem emberek. Cigányundorom lett röpke két és fél év alatt, mióta itt élünk közöttük. Lopnak és hazudnak és várják a segílyt, amit egy fél nap alatt elköltenek. A retkességükről már nem is beszélek, igazi szar szaguk van. Állandóan szűlnék, egy félóra múlva meg már szaladnak cigizni szülés után.

Másnap meg már készítik az újabb fekete purdét. Primitívek, a fogamzásgátlás szót nem ismerik. Miért nem takarodnak már innen? Búzlík tőlük az ország. Legszívesebben megfojtanám az összes fekete kölköt, a nőket meg el kéne kötni mind, akkor megállíthatnánk a szaporodásukat. Mert ezek olyanok, mint a csótányok. Még a nevük is gusztustalan: pusoma, lólé, csóka, vagy akármi, a »fekete rák egye ki a gyomrotokat«, a legkisebb újszülöttetektől, a legöregebb búzló gecis cigányig. Halál rájuk!!!!!!!!!!!!!!⁴

A Győzike elleni gyakori internetes kirohanások alaphangját jól példázza ez az idézet. A félelmet itt a cigányok és a nem cigányok keveredése okozza. A romák bemocskolják és megfertőzik a különben tiszta nemzetet a szagukkal, a színükkel, a nevükkel és a felelőtlen viselkedésükkel. Arjun Appadurai indiai származású antropológus „a kis számoktól való félelem”-nek nevezi a kisebbségtől való rettegésnek ezt a formáját (Appadurai, 2006). Ezt a félelmet a neoliberais globalizáció folyamatai növelik, különösen az olyan helyeken, ahol az eddig szilárdnak vélt nemzetállam hatalma látványosan hanyatlak, határai pedig elmosódnak a nagymértékű bevándorlás, valamint az új gazdasági és kulturális hatások eredményeként. A nemzeti többség egy része – és gyakran a fenyegetett nemzetállam maga is – úgy válaszol a lakosság keveredésére és mobilitására, hogy támadó-védekező álláspontot vesz fel. Mivel „a globalizáció mint arc nélküli erő, nem lehet az etnikai tisztítás célpontja”, a támadás célpontjába a látható, a megjelenésük által azonosítható kisebbségek kerülnek (Appadurai, 2006: 44–45). Appadurai ezt az agresszív önvédelmet a *predatory*, azaz „ragadozó” identitás megnyilvánulásának nevezi, és világszerte sok példáját említi. Nem véletlen, hogy Európában a politikai és a gazdasági átalakulás egyik első tünete az idegen- és cigány-ellenesség fellobbanása.

Nyugat-Európában a gyarmatosítás letagadhatatlan, tragikus története bizonyos kollektív önkritikát vagy legalábbis öncenzúrát eredményezett a gyarmatok felszabadulása óta eltelt időszakban. Így a ragadozó identitásokkal ritkaság olyan leplezetlen formájukban találkozni, mint a Győzike-ellenes cigányirtó retorika. Appadurai szerint a ragadozó identitások különösen jellemzőek az olyan térségekben, ahol két vagy több hasonló nép hosszú ideig egy területen élt, keveredett, és kölcsönösen sztereotipizálta egymást. Az a nemzet és nemzetállam elleni arctalan fenyegetés, amelyet a globalizáció jelent, így a többség megvédésének ügyeként tűnik fel az etnikai kisebbséggel szemben. Különösen illik a Győzike elleni rasszista támadásokra Appadurai Freudtól kölcsönzött kifejezése, a „kis különbségek nárcizmusa”. A cigánygyűlölet ki nem mondott másik oldala a narcisztikus öngyűlölet. Amikor Győzike külföldre utazik például, egyszerre megszűnik roma lenni, és egyszerűen csetlő-botló magyar turistává válik a helyiek szemében, akikkel a magyar néző legalább részlegesen kényszerül azonosulni. Floridában a dühös amerikai sofőr szitkozódik az ügyetlen és tudatlan külföldi miatt, aki hátulról beleütközött, és akinek érthetetlen beszédét csak mi, bennfentes magyarok értjük. A strandon az amerikai lány a „magyar popsztár”-tól kér autogramot, nem a roma énekestől. A romaság csak belülről, a kollektív magyarság keretein belül mutatkozik meg, és csak mi, magyarok vesszük észre és nagyítjuk ki (vagy találjuk ki?) a jellegzetességeit. Kívülről Győzike a magyar nemzetet képviseli, amelyben romák és nem romák mások számára megkülönböztethetetlenek.

Kritikai reakciók

Ez persze a műveltebb és felvilágosultabb, nem rasszista, nem „ragadozó” olvasóknak nem újság. Mi elhatároljuk magunkat a műveletlen kirohanóktól, és ugyanúgy szégyenkezünk miattuk, mint Győzike miatt. Ezt az érzést fogalmazza meg például ez a hozzászóló, aki Győzike isztambuli utazását kommentálja:

„Én csak ültem. Néztem ezt az embert, s arra gondoltam, nem bánom én, ha hozzá képest kevesebb vagyok, vagy több, csak egyenlőnek ne kelljen vele lennem semmilyen világgrészen és semmilyen unióban. S ha a Boszporusz partján élőknek lesz egy kis esze, ehhez az Európához nem, vagy nem így fognak csatlakozni, mint mi. Az élő példa előttük. S egy másik kontinens mellettük. Számukra még van remény...” (Koncz, 2005).

Az Élet és Irodalomban, a Filmvilágban vagy a kifinomultabb blogokban nyoma sincs elkeseredett vagy öngyűlölő rasszizmusnak. Bár az elutasítás hőfoka hasonló, itt ez tipikusan maga a műsor, a műfaj vagy általában a kereskedelmi televízió ellen irányul. A nemzet európai tisztasága itt kevésbé etnikai, mint inkább kulturális tisztaságot jelent. Legalábbis első látásra. A visszatérő kifejezések, mint a „parazita”, vagy az állati hasonlatok, mint a „csökkent értelmű medvebocs”, kényelmetlen metaforikus közelségbe hozzák a két célpontot: a kereskedelmi televíziót mint hibrid, értéktelen fórumot és a roma kisebbséget mint a nemzetet hibridizáló etnikai elemet. Közös nevező körvonalazódik a kétfajta, látszólag gyökeresen különböző minőségű elutasítás közt. Valójában a kritikusabb, megfontoltabb, televízióellenes tiltakozások is ugyanazt a félelmet tükrözik, mint amit a ragadozó identitások meztelenül megmutatnak: a fenyegető keveredéstől való félelmet, amelyben a nemzetállamot és a nemzeti értékeket nem lehet egyszerűen behatárolni.

A kereskedelmi televízió kétségtelenül meghatározó tényező a hagyományos nemzeti értékrend poszt-szocialista összekavarodásában. A Viasat gazdasági és kulturális befolyása (a Disneyvel, az MTV-vel, a Nickelodeonnal és a többi, egy kézen megszámolható globális médiabirodalommal együtt) joggal vált ki aggodalmat. Ez különösen igaz a kisebb országokban, ahol nincs elég pénz jó minőségű tanító-szórakoztató műsorok előállítására, és ahol a közszolgálati televízió nem tudja felvenni a versenyt a nagy költségvetéssel készült szórakoztató importműsorok áradataival. A nemzeti értékek miatti aggodalom viszont könnyen normatív szemellenzővé merevedhet, és elhomályosíthatja a potenciális tanulságokat, amelyeket a kultúra változásaiból lehet levonni.

Ilyen szemellenző befolyásáról árulkodik a tény, hogy ha a Győzike kritikáiban a show etnikai vonatkozása felmerül, az legtöbbször a „jó” roma reprezentációkkal szembeállítva történik: míg a doku-szappanopera műfaj méltó szereplője a gazdag show-roma, aki hamis képet mutat a kisebbségről, a múlt művészi értékű cigány dokumentumfilmjei jó (megfelelő, autentikus) romákat mutatnak be: putriban élő, szegény szenvedőket. Ezeknek

közös tulajdonsága, hogy kivétel nélkül jó érzésű, szociálisan érzékeny, de nem roma dokumentaristák készítették. Nyilvánvalóan mindkét kép igaz: Győzike, a roma popsztár-fogyasztó, aki a szórakoztatóipar átalakulásának nyertese, és a munkanélküli, üldözött roma, aki a rendszerváltás vesztese.

A nemzeti értékeket hagyományosan az értelmiség hordozza és gondozza. Nem elrugaszkodott tehát a feltételezés, hogy Győzike bűnbakszerű vesszőfuttatásában egyfajta osztályszorongás is szerepet játszik. Ahogy Császi Lajos mondja, a magyar (és tágíthatunk: posztszocialista) kultúrkritika ragaszkodik a hierarchikus és paternalisztikus hagyományaihoz (Jenei, 2006). Ez kitűnik számtalan megnyilvánulásból, amely igyekszik újrahúzni az elhalványuló határvonalat a jó és a rossz, az értékes és az értéktelen kultúra közt, illetve azok közt, akiknek megbízható az ízlésük és erkölcsi érzékük, illetve a nézők többsége közt, akik hajlandók az RTL Klub szennyfolyamában fürödni estéről estére. Például:

„A kereskedelmi tévék magyarországi megjelenésével egyértelmű lett, hogy mire van szüksége a magyar nézőnek. [...] A kereskedelmi tévéken nem kérhető számon a minőség, nem is gondolom azt, hogy egy kritikusnak, ha értelmiségi lapokba ír, írnia kell a kereskedelmi tévék borzalmas műsorairól; persze lehet feltáró tanulmányokat írni arról, hogy milyen a bulvárműsorok viszonya a halálhoz – de azt hiszem, felesleges a kereskedelmi tévék primitív műsorain elverni a port. A kritikaolvasók – egyáltalán: az olvasók – és a VV3 nézők érdeklődési köre nem esik egybe. Akik a kritikákat olvassák, azok tudják, ha este nyolckor a TV2-re kapcsolnak, mire számíthatnak; nem lepődnek meg: és nemtetszésüket leginkább azzal fejezhetik ki, hogy elkapcsolnak. Szeretném hinni, hogy nem olyanok vagyunk, mint amilyenek a látottak alapján gondolom magunkat: egykedvűek, szegények, s mindebből következően cinikusak; és megdöbbenően ízléstelenek. Szeretném hinni” (Kolozsi, 2005).

Konklúzió

Bármennyire is elriasztó a Győzike-jelenség, ha egyszerűen elítéljük, akkor elmulasztunk egy fontos lehetőséget, hogy nyomon kísérjük az értéktermelés és értékváltás kollektív folyamatait. Hogy ezeket a folyamatokat megértsük, szembe kell nézni ilyen kérdésekkel: Miért népszerű Győzike? Milyen hiányt pótol? Miért olyan fenyegető? Ha a kritikus vagy a kritikus néző elhatárolja magát attól, amit a honfitársai nagy többsége néz, akkor ez az álláspont nem különbözik lényegében azokétól, akik rasszista alapon határolják el magukat a másképp viselkedő kisebbségtől. A ragadozó és a lenéző tagadás ugyanabból a szorongásból fakad, és ugyanúgy Győzike-re mint bűnbakra irányul a neoliberais globalizáló kultúra és gazdaság helyett.

Tekintve, hogy a szórakoztató valóságtelevízió nem fog egyhamar eltűnni, és nyilvánvalóan hatással van a posztszocialista állampolgárok identitására, döntéseire és értékrendjére, talán érdemes komolyan venni mint elemzési lencsét és a demokrácia egyfajta színterét. Ezt sugallják azok a médiakutatók, akik szerint a szórakoztatás és fogyasztás a neoliberais médiavilág minden intézményét áthatja, beleértve magát a nemzeti állampolgárságot. Ezért a kritikus-elemző fogyasztónak egyetlen választása van, hacsak nem akarja átengedni a politika színterét teljesen a médiatársaságoknak: hogy az állampolgári nevelés és a fogyasztás folyamatait egy politikai és társadalmi térben elemezze, ahogy léteznek, egymást keresztülűfűzve és áthatva. Nick Couldry angol mediaszociológus ennek megfelelően „fogyasztói állampolgárságról” (*consumer citizenship*) beszél (Couldry, 2004). Liesbet van Zoonen holland médiakutató következetesen épít föl párhuzamokat az állampolgár politikai nyilvánosságban és televíziós nyilvánosságban való aktív szereplése közt (van Zoonen, 2004). John Hartley ezt az egybefonódó nyilvánosságot *democratainment*-nek nevezi.

A jobb minőségű televíziós műsorok és a jobb minőségű demokratikus nyilvánosság tehát kölcsönösen összefüggenek egymással. Az, ha Győzike-t – mint a nyilvánosság terét – komolyan vesszük, nem a műsor értékét növeli, hanem a demokratikus, pluralista nyilvánosságét – egy olyan nyilvánosságét, amely a roma közvéleményt és a romát mint fogyasztót is magában foglalja, nem pedig kirekeszti a kisebbséget mint áldozatot.

Hadd idézzem végszóként Hartleyt:

„Ami a nézőket illeti, az, ha úgy kezeljük őket, mint akiknek nincsenek megfelelő értelmi képességeik, hogy a saját szórakozásukat irányítsák, nem csak megvetést jelent, de tudományos rosszindulat megnyilvánulása is. Ha a kísérletek és felmérések úgy mutatják be a nézőket, mint akik védtelenek a média hatásaival szemben, akkor »mi« mivel járulunk hozzá, hogy függetlenedjenek? Ha arra tanítunk másokat, hogy a médiát okolják, akkor ugyanazt termeljük ki, ami ellen tiltakozunk – hatalomvesztést, cinizmust, passzivitást, és a kockázat elkerülését” (Hartley, 2009: 69–70).

Felhasznált irodalom

Appadurai, Arjun (2006): *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham: Duke University Press.

Couldry, Nick (2004) The 'Productive Consumer' and the 'Dispersed Citizen.' In: *International Journal of Cultural Studies*, 7.1: 21–32.

Dhoest, Alexander (2004): "The Pfaffs Are Not Like the Osbournes." *National Inflections of the Celebrity Docusoap*. In: *Television and New Media*, 6.2, May 2004: 224–245.

Hartley, John (2004): Democratainment. In: Robert C. Allen & Hill, Annette (eds): *The Television Studies Reader*, London: Routledge: 524–533.

Hartley, John (2009): The History and Future of Ideas. In: *Television and New Media* 10.1, 69–70.

Jenei, Ágnes (2006): Neotelevízió: válság vagy megújulás? Beszélgetés Császi Lajossal és Síklaki Istvánnal. In: *Médiakutató*, tavasz.

Kolozsi, László (2005): Smink nélkül: kultúra a képernyőn. In: *Filmvilág* 2005/5.
http://www.filmvilag.hu/xista_frame.php?cikk_id=8258

Kompare, Derek (2004): Extraordinarily Ordinary: *The Osbournes* as “An American Family.” In: Murray, Susan & Oullette, Laurie (eds): *Reality TV*. New York: NYU Press: 97–118.

Koncz, Veronika (2005): Lapszél: Európa, országimázs, Győzike. In: *Új Ember*, 61(25)
<http://ujember.katolikus.hu/Archivum/2005.06.19/0305.html>.

McCarthy, Anna (2007): Reality Television: A Neoliberal Theater of Suffering. In: *Social Text* 93, vol. 25, no. 4, winter 2007: 17–41.

Munk, Veronika (2009): Sztárság, elméletben. In: *Médiakutató*, tavasz.

Murray, Susan & Oullette, Laurie (2004): Introduction. In: Murray, Susan & Oullette, Laurie (eds): *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York University Press, 2004:6.

Rose, Nikolas (1999): *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge: Cambridge UP.

Bev Skeggs & Wood, Helen & Thumim, Nancy (2008): “Oh Goodness, I’m Watching Reality TV!” How Methods Make Class in Audience Research. In: *European Journal of Cultural Studies*, 11.5: 5–24.

Tremlett, Annabel (2008): Representations of Roma: Public Discourses and Local Practices. Doktori disszertáció, kézirat.

Zoonen, Liesbet van (2004): Imagining the Fan Democracy. *European Journal of Communication*, 19 (1): 39–52.

Lábjegyzetek

236

A valóságtelevíziózásról lásd még a *Médiakutató* és a *Metropolis* 2001-ben kiadott közös különszámát, a lapunk 2002. téli számában közölt összeállítást, valamint Császi Lajos “A valóságtelevíziózás szerepe a késő modernitásban” című tanulmányát lapunk 2009. nyári számában - a szerk.

237

RTL Group Annual Report 2005, lásd az RTL Group honlapját: http://www.rtlgroup.com/files/AR2005_RTLGroup_COMPLETE.pdf.

238

Lásd http://www.rtlgroup.com/files/Full_Audited_Results_Doc_15032006doc.pdf.

239

Lásd <http://forum.sg.hu/forum.php3?azonosito=gyozike>. 2007. november 23.



Állásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)
Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

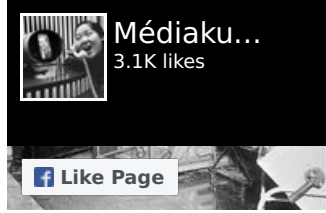
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2009 ősz

Új média

[Bajomi-Lázár Péter:](#)

Hírközlés tegnap és ma

A kommunikáció történetéből tudjuk: valahányszor megjelent egy új médium, a társadalmi nyilvánosság megváltozott. Vajon a legújabb médium, az internet - és vele a blogok, a kommentek, a fórumok, a chatszobák és az elektronikus levelezőlisták - megjelenése milyen hatást gyakorol a nyilvánosság működésére? Írásomban azt vizsgálom, az új médium megjelenése javít-e a hírközlés minőségén, és ezzel közelebb visz-e a racionális politikai döntéshozatalt megkönnyítő, ideálisnak tartott nyilvánossághoz.¹

A nyilvánosság átalakulása

Valahányszor megjelent egy új médium, a társadalmi nyilvánosság megváltozott. A kommunikáció történetéből az átalakulás három forгатókönyvét ismerjük. Az egyik esetben az új médium teljesen felvált egy régit: a nyomtatott könyv megjelenése (kb. 1450) után például eltűntek a kézzel másolt kódexek. A másikban az új médium csak a háttérbe szorít egy régit: miután megnyitották az első mozitermeket (1907), sok színházat be kellett zárni. A harmadikban pedig az új médium funkcióváltásra kényszerít egy régit: miután megjelent a rendszeres műsort sugárzó rádió (1919) és televízió (1946), a napilapok már nem a friss hírek gyors közlésére törekedtek (hiszen e téren nem versenghettek új riváisaikkal), hanem az események részletes ismertetésében találták meg új szerepüket. Figyelemre méltó, hogy a változás üteme egyre gyorsul: a nyomtatott könyvnek még három évszázadra volt szüksége ahhoz, hogy az „egész” Földet meghódítsa, a televíziónak csupán három évtizedre (vö. Giovannini, ([1987] 1993; Briggs & Burke, [2002] 2004). A civil világháló csak szűk két évtizede, 1990-ben jelent meg, de a fejlett országokban - különösen a fiatalabbak körében - mára az első számú médiummá vált.²

A nyilvánosságot persze nemcsak az új médiumok megjelenése, hanem a kisebb léptékű technológiai fejlődés is formálja. A hírközlés tartalmát, formáját és sebességét befolyásolják azok az innovációk, amelyek a nyomdaiparban, a közlekedésben vagy az általános médiakörnyezetben mennek végbe. A kommunikációtörténet erre az átalakulásra is számos látványos példát kínál. A kézzel írt levelek még kronológiai rendben számoltak be az eseményekről, a nyomtatott lap megjelenése (1605) után azonban az újságírók fokozatosan áttértek a „fordított piramis” alakú hírek közlésére, vagyis az eseményekről immár nem kronológiai, hanem fontossági sorrendben tudósítottak. A dolog magyarázata a tördelés technika kezdetlegességében rejlett: a lap alján szereplő tudósítások vége néha lemaradt a papírról, így az olvasó épp azt nem tudta meg, milyen kimenetele volt egy-egy eseménynek. Az újságírók egy része ezért beszámolóit immár a következményekkel kezdte, és csak ezek után írta le az előzményeket (Høyer, [1998] 2001). Később a papírgyártás gépesítése (1799), majd a gőznyomda feltalálása (1810) lehetővé tette a hírlapok példányszámának növelését és áruk csökkentését, ami a populáris stílusú és tartalmú tömeglapok: a „filléres sajtó” megjelenéséhez vezetett.³ Az első hírügynökség megalapítása (1832) megkönnyítette a hírek begyűjtését, így a lapok bővíthették tematikájukat. A Washington és Baltimore közötti távírókábel felhúzása (1844), majd az Atlanti-óceán alatti, Londont és New Yorkot összekötő távírókábel lefektetése (1866) felgyorsította a korábban postakocsin vagy hajón szállított hírek közlését, és - mivel minden egyes, távíróval közvetített szóért fizetni kellett - hozzájárult a „hírparadigma” létrejöttéhez: a pusztá tényekre szorítókozó tudósítás kialakulásához. Valamivel később az élvezhető minőségű sajtófotó megjelenése (1873) arra ösztönözte az újságírókat, hogy előnyben részesítsék azokat a híreseményeket, amelyekhez képet is tudtak mellékelni. Ez pedig együtt járt az álesemények térhódításával: a politikusok igyekeztek olyan, látványos politikai rendezvényeket szervezni, amelyekre meghívhatták az újságírókat - vagyis a hírmédia immár nemcsak utó-, hanem előidejű szereplője is lett az eseményeknek: olyan tényezővé vált, amelynek reakcióit a politikusok előre bekalkulálták kommunikációjukba. A 20. század elején megjelent filmhíradók, majd a 20. század közepén elterjedt tévéhíradók pedig már (szinte) csak azokról az eseményekről számoltak be, amelyekhez mozgóképes tudósítást is tudtak mellékelni (Briggs & Burke, [2002] 2004; Barbier & Lavenir, [2000] 2004). Ugyanakkor persze mindig kérdéses, hogy a technológiai invenciók hoztak-e változásokat a nyilvánosságban, vagy ellenkezőleg: a változás igénye vezetett a technológiai invenciók ki-kísérletezéséhez (Schudson, 1978).

Hasonló átalakulásnak vagyunk ma is tanúi. A legújabb médium, a civil internet megjelenése ismét messzemenő

változásokat hozott általában a nyilvánosságban és különösen a hírközlésben. Vajon melyik forgatókönyv lép életbe? Az új médium „megöli” a régit, a nyomtatott sajtót, vagy csupán funkcióváltásra kényszeríti? És milyen hatást gyakorol az internet – és vele a blogok, a kommentek, a fórumok, a chatszobák és az elektronikus levelezőlisták – megjelenése a nyilvánosság működésére?⁴ És az internet megjelenése által generált változások vajon elősegítik-e a politikai hírközlés hatékonyságát, vagy másképpen: kedveznek-e a demokratikus politikai participációt elősegítő, kritikus vitát és racionális döntéshozatalt megkönnyítő nyilvánosság kialakulásának (lásd még Sparks, [2001] 2007; Papacharissi, 2003)?⁵ Az alábbiakban azt vizsgálom meg, milyen változásokat hozott az internet megjelenése a nyomtatott sajtó üzleti stratégiájában és általában a hírközlés hagyományos gyakorlatában.

Az internet és a nyomtatott sajtó versenye: változások az újságok üzleti stratégiájában

Az egyik lényeges kérdés tehát az, hogy van-e egyáltalán jövőjük a nyomtatott napilapoknak, vagy a papíralapú hírsajtó négy évszázados sikertörténete véget ér a 21. században. Sokan érvelnek úgy, hogy a web és a wap előbb vagy utóbb biztosan kiszorítja a papíralapú hírközlést. Philip Meyer médiakutató például tudni véli, hogy az utolsó nyomtatott újság 2040 áprilisában fog megjelenni (idézi Jensen, 2008).

Hogy e jóslatok beválnak-e, ma még aligha tudható. Az mindenesetre bizonyos, hogy a nyomtatott sajtót már nem először „temetik”: a kiadók hasonlóan borúlátóak voltak a rádió megjelenése után is. Ezt illusztrálta a „sajtó-rádió-háború” az Egyesült Államokban az 1920-as és az 1930-as években: a kiadók ekkor – attól tartva, hogy a rádiók elveszik közönségüket – lapjaikban nem voltak hajlandók közzétenni a rádiók műsorát, illetve igyekeztek megakadályozni, hogy a rádióállomások átvegyék a hírugynökségek híreit. A kiadók az Egyesült Királyságban is sikerrel gyakoroltak nyomást a rádióra: itt sikerült elérniük azt, hogy a BBC este sugárzott ötperces összefoglalókra korlátozza hírszolgáltatását (lásd Bajomi-Lázár, 2008). Mint tudjuk, a „háborút” végül a rádió nyerte: ma már alig akad olyan állomás, amely ne közölne rendszeresen híreket. Igaz, a lapok is fennmaradtak.

Az is bizonyos, hogy a nyomtatás időtálló és jól archiválható technológia. Jellemző, hogy az első nyomtatott kiadványból, Gutenberg Bibliájából még ma, közel 560 évvel később is megvan negyven-egynéhány példány. A nyomtatott termékek egyelőre behozhatatlan előnye az online tartalmakkal szemben az is, hogy olvasásukhoz az olcsó papíron kívül nincs szükség hordozóeszközre, így szinte bárhol és bármikor – akár az online infrastruktúrától távol is – olvashatók.

Ugyanakkor viszont az is kétségtelen, hogy a világhálónak már ma megvan az első áldozata: a lapok délutáni kiadása. Magyarországon 1998-ban szűnt meg a reggeli és délutáni kiadással is jelentkező utolsó napilap, a Kurír (igaz, a lap bezárásában szerepet játszott az országos kereskedelmi televíziócsatornák működésbe lépése és némi politikai nyomásgyakorlás is). Azóta az újságok csak kivételes esetekben – legutoljára 2001. szeptember 11-én – dobtak piacra délutáni kiadást.

A legvalószínűbb forgatókönyv az, hogy a médiakörnyezetben végbemenő változások hatására a nyomtatott hírsajtó megint átalakul. Az üzleti stratégiájában folyó átalakulás négy tendenciája már ma is jól érzékelhető. Először is: az egyre intenzívebb hírversenynek köszönhetően a „szeriöz” sajtótermékek új, kisebb méretű, „kompakt” formával lépnek piacra – így tett például a Times és a Guardian is. Ez egyben azt is jelzi, hogy a nyomtatott lapok a házon kívüli időtöltésre szakosodnak, vagyis azokat az élethelyzeteket – különösen a tömegközlekedési eszközökön töltött időt – célozzák meg, amikor közvetlenül sem a rádióval, sem a televízióval, sem az internettel nem kell megmérkőzniük a közönség figyelméért. Kérdéses persze, hogy e téren nem fenyegeti-e őket az egyre olcsóbb wi-fi laptop, a nagy képernyőjű mobiltelefon és a rádiós mp3-készülékek gyorsuló térhódítása.

Másodszor: megjelentek a piacon az olvasó számára ingyenes, pusztán hirdetésekkel fenntartott napilapok – ezt illusztrálja például a Metro(pol) nemzetközi sikere. Hosszú távon azonban a pusztán a hirdetésekkel élő lapokat is fenyegetik az új médiumok, amelyek nemcsak az olvasókat, hanem a hirdetőköt is elhalásztatják előlük.

Harmadszor: egyes fizetős kiadványok kisebb, mellékletként csomagolt ajándékokkal – például CD-vel, CD-ROM-mal, DVD-vel- igyekeznek megőrizni olvasóikat (a nyomtatott sajtó átalakulásáról lásd még Fábrián, 2008). Az újság lassan multimédiás terméké alakul át. Csakhogy ezzel éppen az egyik vonzerejét: olcsóságát veszítheti el. Ráadásul elképzelhető, hogy a jövőben az ingyenesen letölthető tartalmaknak köszönhetően az efféle csatolt termékek egyre kevesebb felhasználót vonzanak majd.

Végül, de nem utolsósorban: a politikai lapok szinte kivétel nélkül megjelentek a világhálón is. Bár akadnak köztük olyanok, amelyek egy ideig előfizetéshez kötötték az online változat használatát (ilyen volt például a New York Times 2005 és 2007 között), a jövő útja valószínűleg az ingyenes hozzáférésé. A napilapok túlélésének egyik eszköze éppen az lehet, ha hosszabb távon csak online változatban jelennek meg, a weben kamatoztatva a nyomtatás korában felhalmozott évtizedes (vagy évszázados) elismertségüket – vagyis a nyomtatott és az online média konvergenciája a közöttük lévő határok teljes felszámolásához vezet.

A régi és az új média közötti verseny kimenetele még nyilvánvalóan bizonytalan. Egyelőre csak az látszik, hogy az internet és a nyomtatott újság egyaránt változik, azaz az új versenyhelyzetre mindkettő folyamatos alkalmazkodással válaszol. Az, hogy a nyomtatott újság fennmarad-e, attól függ, képes lesz-e továbbra is megújulni.

Hivatásosok és civilek: változások az újságok hírközlési gyakorlatában

Az internet és vele a civil újságírás – az angol szakzsargonban: *civic* vagy *citizen* vagy *public* vagy *participatory* vagy *grass root journalism* – megjelenése új versenyhelyzetet teremtett, amely nagyban befolyásolja a profi újságírók hírközlési gyakorlatát is (Deuze, 2003; Barta, 2007; Bodoky, 2008).⁶ Nézzünk néhány olyan, a

hírközlésben megkezdődött változást, amely már ma is tapasztalható, és amely valószínűleg a jövőben is folytatódni fog!

1. Rövidebb hírciklus. Az újabb és újabb médiumok megjelenése az elmúlt évszázadokban lerövidítette a hírciklust. Az első újságok még az előző hónapok vagy hetek – néha évek – eseményeiről tudósítottak, az első napilapok az eltelt 24 óra történéseiről. Majd megjelent a lapok délutáni kiadása, immár 12 órára kurtítva a hírciklust. Később sugározni kezdtek azok a rádiók és televíziók, amelyek óránként vagy ennél is gyakrabban közöltek híreket. A friss hírekről percről percre beszámoló online hírlapok megjelenésével még gyakoribbá vált a hírközlés; a hírciklus fogalma gyakorlatilag értelmét veszítette. A hírek gyors, lehetőleg valós idejű közlésének igénye ma arra készíti az újságírókat, hogy a tudomásukra jutott információkat mielőbb nyilvánosságra hozzák – nemegyszer anélkül, hogy kellő alapossgal feltárnák azokat.

2. Intenzívebb hírverseny. A bulvár az egyik legősibb médiumfaj, de tömegessé csak a 19. század közepe táján, a „filléres sajtó” megjelenésével vált; az első, mai értelemben vett bulvárlap az ennél is később megjelent angol Daily Mirror (1903) volt (Gripsrud, [1999] 2007). A bulvártudósítások száma a 20. század első felében-közepén megjelent kereskedelmi rádiókkal és televíziókkal tovább nőtt. Az online hírlapoknak és más webes felületeknek köszönhetően ismét bővült a hírforrások száma. Soha annyi médium nem versengett még a közönség figyelméért, mint ma, miközben a közönség létszáma – legalábbis a fejlett országokban a második világháború utáni évtizedekben – csak korlátozott mértékben gyarapodott. Az egyre intenzívebb hírverseny felgyorsítja a bulvárosodás folyamatát. A közönségért vívott küzdelemben csak az marad talpon, aki képes magához ragadni és megőrizni az emberek figyelmét, erre pedig a b-betűs tematika – a balesetekről, bűnyügyekről, botrányokról szóló tudósítás – a legalkalmasabb. Ráadásul az online felületek tulajdonosainak pontosabb visszajelzéseik vannak arról, hogy a közönséget milyen témák érdeklik, mint a hagyományos nyomtatott újságokéinak: nemcsak az egyes lapok eladott példányszámából, hanem a különböző íráskorok letöltésszámából is tudhatják, mi érdekli igazán az embereket. A statisztikák pedig egyértelműen azt mutatják, hogy a bulvártémák iránt van a legnagyobb kereslet. Ez szerepet játszhatott abban, hogy ma már az olyan, hagyományosan a minőségi hírközlésre szakosodott lapoknak is van pletykarovatuk, mint például a már említett New York Times (lásd Császi, 2003).

3. Nagyobb híréhség. A hírciklus lerövidülése egyre több hírre teremt keresletet – csakhogy ennyi hírédemes esemény nem történik. Sokasodnak azok az álesemények: sajtótájékoztatók, koszorúzások, nyilvános viták és PR-rendezvények, amelyeket pusztán azért szerveznek, hogy a média tudósítson róluk (lásd Angelusz, 2003). A spin doktorok egymás után szállítják ezeket a médiának, de még ez is kevés: maga a média is gyárt áleseményeket. Azért ismerteti meg a nagyközönséggel a valóság-show-k szereplőit, a Megasztár jellegű rendezvények celebjait, hogy később is nyomon követhesse életüket, és bulvárrovatait megtölthesse a róluk szóló, kétes hírértékű hírekkel.

4. Nagyobb hírmerítés. A hagyományos újságírás egyik korlátja az információforrások limitáltsága: azok az események, amelyeknek egyetlen hírügynökségi alkalmazott, egyetlen hivatásos újságíró sem volt tanújuk, jellemzően nem vagy csak késve kerültek be a hírekbe, így a nyilvánosság számára meg sem történtek. A civil újságírók sokaságának megjelenése azonban azt is jelenti, hogy szinte mindenre van tanú, aki beszámol a történetekről a neten, gyakran mobiltelefonján készített álló- vagy mozgóképpel is kiegészítve információit. Példa erre a 2006-os bangkoki katonai puccs: erről elsőként egy thaiföldi tinédzser tett közzé képes beszámolót blogján, amelyen egyébként a divat kérdéseivel foglalkozott (lásd Bodoky, 2008). És példa erre a 2009 júniusában Teherán utcáin kitört forrongás is, amelyről – miután a külföldi tudósítókat kiutasították Iránból – a hazai „civil újságírók” interneten keresztül terjesztett filmfelvételeiből tájékozódhatott a világ.

5. Új hírkontextus. A hivatásos újságírók által prezentált hírek felkínálnak valamilyen, a közlő elképzeléseinek megfelelő elsődleges olvasatot, de nem nyújtanak lehetőséget a felhasználónak arra, hogy a nyilvánosság előtt szálljon vitába ezzel az üzenettel. A világhálóra más médiumokból vagy eredeti tartalomként felkerülő hírek mellett azonban rögtön megjelentek a civilek kommentárjai. A tudósítások eredeti üzenete így azonnal „gellert kap”: e nemegyszer gunyoros hangvételű vagy éles hangnemben vitatkozó kommentárok új információkkal, új szempontokkal egészítik ki. A kritikai reflexiók új értelmezési közegbe helyezik a híreket. Így az új médiában az üzeneteknek egyszerre több, párhuzamos, egymást kiegészítő vagy egymással vitatkozó olvasatuk jelenik meg. A hírek jelentését korábban meghatározó hivatásos újságírók elveszítik ideológiai hegemóniájukat.

6. Erősebb hírkontroll. A hagyományos médiumok híreit a felhasználók rendszerint kizárólagos módon fogyasztották: kevesen akadtak olyanok, akik több napilapot is elolvastak vagy több tévéhíradót is végignéztek volna. A világháló azonban csökkenti azokat az anyagi, dologi és időbeli korlátokat, amelyek eddig útját állták annak, hogy több forrásból tájékozódjanak. A felhasználók könnyedén elolvashatják az egyazon eseményről szóló, de különböző felületeken megjelenő, nemegyszer különböző vagy egymásnak ellentmondó információkat tartalmazó és különböző értelmezéseket felkínáló tudósításokat. Összevethetik egymással a versengő hírnarratívákat: felfigyelhetnek a köztük lévő ellentmondásokra és ütköztethetik az események eltérő olvasatait.

7. Új tematizáció. A hivatásos újságírók többé-kevésbé konszenzusos szakmai normákat követve szelektálnak a hírédemes események között. Egészen a közelmúltig az „információk kapuórének” szerepét töltötték be. Ők döntötték el, hogy a világban nap mint nap történő, szinte végtelen számú eseményből mit emelnek be a tudósításokba. A civil újságírók azonban más, a hagyományos szakmai megfontolásokat nemegyszer nélkülöző szempontok alapján emelnek napirendre egyes témákat. Ugyanakkor az is jellemző gyakorlattá vált, hogy az online hírlapok személyes blogokra utaló linket helyeznek el nyitóoldalukon. A világhálónak köszönhetően a profi újságírók egyre kisebb, a civilek egyre nagyobb szerepet játszanak a közbeszéd tematizálásában. Jellemző, hogy egyes, nagy horderejű ügyek először a blogoszférában jelentek meg, mert a hivatásos újságírók nem kívántak velük foglalkozni – ezt illusztrálja például az 1998-as Monica-gate vagy Mark Foley amerikai republikánus képviselő 2006-os pedofiliabotránya (lásd Bodoky, 2008; Jankovics, 2008).

8. *Növekvő forráshiány.* A média története során egyre nőtt a hírmédiumok száma. Kezdetben csak néhány lap, majd rádióállomás és televíziócsatorna állt a közönség rendelkezésére, később – különösen a 20. század második felétől – egyre több és több. Eközben a közönség is felaprózódott: egy-egy médium ma jellemző módon kevesebb embert ér el, mint korábban (e szabály alól legfeljebb a műholdas televíziók jelentenek kivételt). A csatornák számának bővülése és a közönség fragmentálódása (Papacharissi, 2003; Castels, [2005] 2007), illetve a reklámpiac fragmentálódása megrengetni látszik a hagyományos médiumok piaci helyzetét. Az új média „elhalássza” a felhasználókat és a hirdetőket a régi média előtt: az internet reklámpiaci részesedése évről évre emelkedik, miközben a nyomtatott sajtóé folyamatosan apad.⁷ A csökkenő piaci részesedés kisebb bevételhez vezet, a bevételcsökkenés pedig a kiadások visszafogását vonhatja maga után. A hagyományos médiumok egyre kevesebb pénzt képesek visszaforgatni a hírgyártásba. A forráshiány egyes hivatásos újságírók munkakörülményeinek romlásához, ez pedig alacsonyabb színvonalú hírszolgáltatáshoz vezethet.

9. *A copy+paste újságírás.* A média történetében az elmúlt évszázadokból is számos példát találunk arra, hogy az újságírók a plagizálás becsstelen eszközéhez folyamodtak. Az efféle visszaélések azonban korábban ritkák voltak – vagy ritkán derültek ki. A világháló megjelenésével azonban a korábbinál jóval gyakoribbá vált a mások információit és gondolatait kölcsönvevő újságírás – és könnyebben le is lepleződik. A hivatásos újságírók egyre kevesebb időt töltenek a terepen, és egyre többet az íróasztalnál (Deuze, 2003). Egyre kevesebb tartalmat állítanak elő önállóan, és egyre többször vesznek át, nemegyszer szóról szóra, másutt már közölt híreket – feledve az adatok többszörös ellenőrzésének évszázados követelményét.

10. *Több koholmány.* A hírközlés klasszikus eszközeivel ábrázolt, valószerű, de ténylegesen soha meg nem történt eseményekről szóló „kacsák” a régi médiában is voltak (lásd Bajomi-Lázár, 2008), de az új média természeténél fogva különösen kedvez az efféle közléseknek. A hivatásos újságírók többnyire a saját nevük alatt tették és teszik közzé az információkat, a kibertérben azonban tömegesen jelennek meg az anonimitásba burkolózó vagy álneven publikáló civilek. A névtelenségben elvész a közlésért vállalt felelősség. A civil újságírók kezét nem kötik a szakmaetikai kódexek; esetükben hiányoznak az etikailag vitatható közléseket értékelő és szankcionáló etikai bizottságok és hírombudsmanok is. Bár számos olyan civil újságíró is van, akinek presztízse vetekszik a hivatásos újságírókéval, mégis: a civilek között akadnak olyanok is, akik a weben egyre gyakrabban röppentenek fel koholmányokat, amelyek célja nem más, mint a hivatásos újságírók és a nagyközönség megtévesztése vagy megtréfálása. E gyakorlat iskolapéldája a japán „bonszajmacskát” ábrázoló kép, amely bejárta az internetet. A lelepleződött koholmányok az „igaz” hírekbe vetett bizalmat is megtépázhatják (lásd még Wild & Dull, 2008).

11. *Az „ötödik hatalom” megjelenése.* A demokratikus sajtót a 18. század vége óta szokás a negyedik hatalomként emlegetni. A sajtó a többi hatalmi tényezőt – Edmund Burke szerint a három rendet: a polgárságot, a nemességet és a klérust, a Montesquieu nyomán elterjedt későbbi felfogás szerint a három hatalmi ágat: a döntéshozó, a végrehajtó és a bírói hatalmat – hivatott ellenőrizni (lásd még Horvát, 1997). A világhálóval azonban a professzionisták mellett megjelentek a civil zszurnaliszták, akik a hagyományos médiumok által feltárt információkat is ellenőrzik. Itt van a negyedik hatalmat is ellenőrző ötödik hatalom, amint azt a 2004-ben történt Rathergate-ügy is példázza: ekkor amerikai bloggerek a CBS televízió hírműsorában közölt téves információkat cáfolták (Rowbottom, 2007).

12. *Az online médiakritika megjelenése.* Az új médiumon feltűntek azok a véleményoldalak is, amelyek az alkalmazott médiakritika eszközeként működnek. Ezek a többnyire hivatásos újságírók által szerkesztett honlapok – például a www.mediachannel.com és a <http://mediablog.hvg.hu/> – „az újságírásról szóló újságírást” (Deuze, 2003: 64) testesítik meg. A szakmai önreflexiót hivatottak elősegíteni, ezzel pedig hozzájárulhatnak a hírközlés gyakorlatának javításához.

Az új média átalakította a régit, a civil újságírás felforgatta a hivatásos újságírást. A helyzet persze az itt leírtnál is szövevényesebb. A nyilvánosság leírására sokáig jól bevált régi fogalomkészlet egyre nehezebben használható: a civilek belépésével elmosódik a határ az „elitnyilvánosság” (Sparks, [2001] 2007; Papacharissi, 2003) és a „plebejus nyilvánosság” (Császi, 2008) között; sőt a nyilvános és a magánszféra közötti határ is elhalványul, így a nyilvánosság fogalma is nehezen értelmezhetővé válik. Elmosódik a régi és az új média, a hivatásos és a civil újságíró közötti határvonal is. A nyomtatott újságok, a rádiók és a tévék tartalma a neten is hozzáférhetővé vált, az online média pedig kitermeli a klasszikus hírközlési elveket követő saját portáljait. Ma már számos hivatásos újságíró magánemberként is jelen van a weben, egyes civilek pedig profikká váltak: blogjaikat akár többen olvassák, mint egy-egy napilapot.⁸ Hogy hosszabb távon mindez milyen következményekkel jár, ma még kiszámíthatatlan.

Összegzés

Már most biztos, hogy az új média megjelenésével megnőtt a médiapiaci versenyzők száma, és intenzívebbé vált a közönségért folytatott verseny. És bár a sokszínűség növekedésétől és a verseny intenzívebbé válásától azt várhatnánk, hogy a hírközlés minőségének javulásához vezet, ezzel pedig közelebb visz a racionális-kritikus nyilvánosság ideáljához, az itt leírt változások arra utalnak, hogy az új média megjelenése nem egyértelműen jár ilyen hatással. Néhány fejlemény ugyan tényleg javíthatja a hírközlés minőségét és megkönnyítheti a hírek értelmezését, vagyis közelebb vihet a racionális-kritikus nyilvánosság ideáljához: ilyen a nagyobb hírmerítés, az új hírkontextus, az erősebb hírkontroll, az új tematizáció, valamint az ötödik hatalom és az online médiakritika megjelenése. A többi új fejlemény azonban inkább a hírközlés hagyományos értékeinek elvesztéséhez, így pedig a nyilvánosság hagyományos értékeinek csorbulásához vezethet: ilyen a rövidebb hírciklus, a bulvárosodás, az álesemények gyakoribbá válása, a növekvő forráshiány, a copy+paste újságírás terjedése és a koholmányok számának növekedése.

Az internet megjelenése nyomán a nyilvánosságban végbement változásokról itt összeállított lista természetesen nem teljes. További kutatást érdemelne például annak a vizsgálata, hogy miként alakította át a világháló az embernek a tudáshoz való viszonyát. Megkockáztatható az a feltevés, hogy – akárcsak egykor, a nyomtatott könyv megjelenése után (vö. Briggs & Burke, [2002] 2004) – az információforrások gazdagodása most is a tudás további destabilizálódását vonta maga után, hiszen egyazon dologról ellentmondó információk sokasága lát napvilágot. Nem kevésbé érdekes kérdés az, hogy a világháló milyen hatást gyakorol a nyelvre. E téren azt a hipotézist fogalmazhatjuk meg, hogy – szemben a könyvnyomtatással, amely az írott és a beszélt nyelv szabályainak elkülönülését vonta maga után, és hozzájárult a szigorú helyesírási normák kialakulásához – a gondos korrektorok kontrollja alól egyre jobban kikerülő internet korában az írott és a beszélt nyelv megint közeledik egymáshoz: az írott nyelv egyre jobban hasonul a beszélt nyelvhez, a helyesírás szigorú szabályai pedig veszítenek normaértékükből. A nyelvi szabályok felpuhulása pedig csökkentheti a kommunikáció hatékonyságát, így ugyancsak hatást gyakorolhat a nyilvánosság minőségére.

Felhasznált irodalom

- Angelusz Róbert (2003): Amíg híreként megjelennek... Az eseményektől a hírekig. *Jel-Kép*, 3. sz. 3–23.
- Bajomi-Lázár Péter (2008): *Média és társadalom*. Budapest: PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány.
- Barbier, Frédérick & Lavenir, Catherine Bertho ([2000] 2004): *A média története. Diderot-tól az internetig*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Barta Judit (2007): „Ha nem megy ellenük, csináld velük”. Az Index hírportál és a civil újságírás. *Médiakutató*, ősz, 115–123.
- Bodoky Tamás (2008): Támad a civilmédia: minden ötödik Index-olvasó blogol. *Médiakutató*, nyár, 57–69.
- Briggs, Asa & Burke, Peter ([2002] 2004): *A média társadalomtörténete. Gutenbergtől az internetig*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Castells, Manuel ([2005] 2007): Az új média és a tömegközönség diverzifikálódása. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média-nyilvánosság-közvélemény*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Curran, James ([1997] 2007): Még egyszer a tömegmédiáról és a demokráciáról. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média-nyilvánosság-közvélemény*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Császi Lajos (2003): A média tabloidizációja és a nyilvánosság átalakulása. *Politikatudományi Szemle*, 2. sz. 157–172.
- Deuze, Mark (2003): A web és a webes újságírás típusai. *Médiakutató*, ősz, 57–79.
- Fábián Sándor Péter (2007): Az ingyenes napilapok térnyerése és hatása a sajtópiacra. *Médiakutató*, ősz, 85–97.
- Giovannini, Giovanni, szerk. ([1987] 1993): *A tömegkommunikációs eszközök története. A kovakótól a szilíciumig*. Budapest: Püski Kiadó.
- Gripsrud, Jostein ([1999] 2007): *Médiakultúra, médiatársadalom*. Budapest: Új Mandátum Kiadó.
- Habermas, Jürgen ([1962] 1999): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Horvát János (1997): A negyedik hatalom? *Jel-Kép*, 2. sz. 61–64.
- Høyer, Svennik ([1998] 2001): Média a harmadik évezred küszöbén. Forradalmak a kommunikációban. *Médiakutató*, 2001. tél, 23–38.
- Jankovics Zsanett (2008): A személyek jelentősége a politikában. *Médiakutató*, tavasz, 33–45.
- Jensen, Jody (2008): Netizens of the Blogosphere: E-democracy or E-ristocracy? *Central European Political Science Review*, Spring, 85–90.
- Papacharissi, Zizi (2003): A virtuális szféra. *Médiakutató*, tavasz, 119–137.
- Rowbottom, Jacob (2007): Sajtószabadság és politikai vita. *Élet és Irodalom*, szeptember 21.
- Schudson, Michael (1978): *Discovering the News*. BasicBooks/HareperCollinsPublishers.
- Sparks, Colin ([2001] 2007): Az internet és a globális közsféra. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média-nyilvánosság-közvélemény*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Wild Judit & Dull Szabolcs (2008): Az elnök emberei – munka közben. *Médiakutató*, tél, 13–21.

Lábjegyzetek

Dolgozatom „A hírsajtó átalakulása” című, a *Lapkiadás és Média piac* 2009. márciusi számában, illetve a „Hírközlés tegnap és ma” című, a *Value* magazin 2009. májusi számában közölt írásaim felhasználásával és továbbgondolásával született – B. L. P.

2

2004-ben az Amerikai Egyesült Államokban a 18–29 éves korosztály 20 százaléka, 2008-ban már 42 százaléka számára jelentette az internet az első számú hírforrást (Jensen, 2008), 2009-ben pedig már a 30 év alattiak 59 százaléka a webet jelölte meg első számú hírforrásaként (<http://nol.hu/archivum/lap-20090314-20090314-15>; utolsó letöltés: 2009. március 15.). Magyarországon ugyancsak meredeken nő az internethasználók aránya: az NRC InformatiOnline adatai szerint 2004 elején a rendszeresen netezők aránya 21 százalék, 2008 elején már 46 százalék volt; 2008-ban a 15–24 éves generáció tagjainak 80 százaléka használta rendszeresen az internetet, míg a 25–34 éves korosztály körében ez az arány csupán 60 százalékos volt (http://www.nrc.hu/kutatas/internet_penetracio?gclid=CJzhg-H76JgCFQdMtAodyi_A1g; utolsó letöltés: 2009. február 29.).

3

A filléres sajtó elterjedésében persze szerepet játszottak más tényezők is, így különösen a gyorsuló urbanizáció (amely nagy, homogén piacok megjelenéséhez vezetett), az írástudók számának emelkedése és a szabadidő növekedése.

4

2008-ban már a nap minden percében új blog jelent meg valahol az interneten; a blogoszféra nagysága öthavonta megduplázódott (Jensen, 2008). A legnagyobb magyar blogportál, a www.blog.hu 2008 elején több mint 6000 működő „webnaplót” tárolt (Bodoky, 2008).

5

A (polgári) nyilvánosság – másként nyilvános szféra vagy közsféra vagy nyilvános tér (*public sphere*) – fogalmát a klasszikus habermasi értelemben használom. Eszerint a nyilvánosság a közügyekről szóló racionális és kritikus vita, a „nyilvános okoskodás” terepe, amely lehetőséget kínál a nagykorú állampolgároknak arra, hogy tájékozottan döntsenek, és aktívan részt vegyenek a politikai döntések meghozatalában. A jól működő nyilvánosság tehát a deliberatív demokrácia működésének előfeltétele (vö. Habermas, [1962] 1999; a koncepció kritikájáról lásd például Curran, [1997] 2007; Gripsrud, [1999] 2007; Sparks, [2001] 2007; Papacharissi, 2003). A politikai hírközlés minősége természetesen megszabja a nyilvánosság minőségét, hiszen a racionális-kritikus vita és a tájékozott politikai döntéshozatal előfeltétele a közhatalom transzparenciája.

6

A civil újságírás Shayne Bowman és Chris Willis definíciója szerint azt jelenti, hogy „egy állampolgár vagy állampolgárok egy csoportja aktív szerepet vállal a hírek és az információk gyűjtésében, tudósításában, elemzésében és terjesztésében. E részvétel célja olyan független, megbízható, pontos, széles körű és releváns információk nyújtása, melyekre egy demokráciában szükség van” (Bowmant és Willist [2003] idézi Barta, 2007: 116).

7

Az Egyesült Államokban az online hirdetések reklámpiaci részesedése 2006-ról (14 milliárd dollár) 2007-re (18 milliárd dollár) 28 százalékkal nőtt (lásd <http://www.businessinsider.com/2008/3/google-sucks-life-out-of-old-media-huge-2007-share-shift>; utolsó letöltés: 2009. február 15.). A nyomtatott sajtó – vagyis a hagyományos újságok és magazinok – reklámpiaci részesedése 2006-ról (12 milliárd dollár) 2007-re (11,5 milliárd dollár) öt százalékkal csökkent (lásd <http://spreadsheets.google.com/pub?key=pYFPEp3S18PSWvyPrvF8aEg>; utolsó letöltés: 2009. február 15.).

8

A legnépszerűbb 25 amerikai blog listáját lásd itt: <http://www.ebizmba.com/articles/blogs> (utolsó letöltés: 2008. február 15.). A listavezető blognak havi két és fél millió látogatója van.



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](#)

