Tartalom

Bulvár

- Lampé Ágnes :
  Kik és miért szerepelnek a kibeszélő show-kban?7-18 [66.58 kB - HTML]

- Monori Áron ,
  Kozma Kriszta :
  "Ezek az emberek nem tudják elfogadni a szabályokat, nem képesek a beilleszkedésre." A Mónika-show és a Joshi Bharat című műsorok romaképe 2009-ben19-33 [123.79 kB - HTML]

Hatáskutatás

- A Makrancos hölgytől a Big Brotherig. A frankfurti és a birminghami iskola. Császi Lajossal és Istvánffy Andrással Bajomi-Lázár beszélget37-45 [67.42 kB - HTML]

- Myat Kornél :
  Médiaelméletek és a késő-modern médiakörnyezet. Miért nem jók a modernista megközelítések a késő-modern médiakörnyezet vizsgálatához?47-63 [102.00 kB - HTML]

Dokumentumfilm

- Murai András :
  Meggyőzés és vizuális élvezet. Antikapitalista és antiglobalista dokumentumfilmekről67-75 [62.46 kB - HTML]

- Nagy Mercédesz :
  Harc a valóságért. A dokumentarizmus problematikájáról a Megemlékezés és A Mennyei Béke Kapuja című filmek kapcsán77-82 [59.02 kB - HTML]

Történelem

- Klestenitz Tibor :
  A tördöfés és az újságírók. Sajtóellenesség a keresztény-nemzeti kurzus éveiben, 1919-192285-99 [129.32 kB - HTML]

- Turbucz Dávid :
  Vezérkultusz és nyilvánosság. Horthy Miklós "országlásának" húszéves jubileuma (1939-1940)101-122 [207.80 kB - HTML]

-

Médiakutató 2010 nyár

Bulvár

Lampé Ágnes:

Kik és miért szerepelnek a kibeszélő show-kban?

Az RTL Klub és a TV2 kapitulációjával zárult a majd' egy évtizedes háború az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) és a két kereskedelmi csatorna között. A Mónika-show kilenc, a Joshi Bharat pedig másfél év után szinte egy időben kerül le a képernyőről. A médiahatóság szerint törvényellenes tartalmaik mellett a két műsor szereplőválogatási gyakorlata adatvédelmi, jogi és emberiességi szempontból is kifogásolható volt.

> – Egy barátom kereste meg Joshi urat, Gandhi unokáját azzal, hogy összevesztem Víg Tommyval, és szeretné, hogy kibéküljünk – vág története közepébe Ruttka Ferenc festő, dzsesszzenész. Kezében régi fotók, levelek. Idegesen toporog a folyosón Joshi Bharat következő show-jának felvétele előtt. Régóta vár a nagy pillanatra. A másik felet néhány szobával odébb, gondosan elzárva őrzik, nehogy már a felvételen kívül találkozzon „a két nagy öreg”. Nem látták egymást fél évszázada, pár perc még belefér.
>
> – Víg Tommy a világ egyik legnagyobb dobosa Los Angelesből – magyarázza Ruttka. – Ott élt ötven évig, most hazatelepült. Isteni barátom volt, gyerekkorától fogva dédelgettem. De régóta átnéz rajtam, nem szól hozzám, nem keresi a kapcsolatot. Állítólag azért, mert a kislányomnak nem ő, hanem Szász Endre lett a keresztapja. A másik baj, hogy időnként kritizálom mint zenészt. Elismerem, hogy ő a dzsessz Bartókja, és kritizálhatatlan, ezért csak annyit mondtam neki annak idején, ne legyen annyira disszonáns, inkább kicsit populárisabb. Zabos lett rám.

S hogy miért nem személyesen, hanem egy ország nyilvánossága előtt békülne Ruttka úr?

> – Amúgy nem keresem őt, miért tenném? De így bekerülünk a tévébe, és az egész magyar dzsessz krémjéhez szólhatok, hogy boruljanak össze, mert Víg Tommy csodálatos tanár. Frank Sinatrával, Michael Jacksonnal dolgozott.

A szerkesztő bekíséri Ruttka urat egy szobába, majd Víg Tommyval tér vissza.

> – Ferivel gyerekkorunk óta ismerjük egymást – kezd bele ő is a sztorijukba. – Dobfenomén voltam, úgy hívtak: Víg Tommy, a csodadobos, aki lázba hozza Pestet. Michael Jacksonnal dolgoztam Hollywoodban, őt Ruttka nagyra tartja, pedig csak egy popsztár volt, én viszont komoly zenész vagyok. Bartókot szeretem. És Duke Ellingtont. Ez a konfliktus kettőnk között. Ruttka például, úgy hallottam, azt akarja, hogy a következő koncertemet Jackson emlékére adjuk. Értem, miben hisz, de nekem van igazam – szögezi le Víg Tommy. – Azt hallottuk, Joshi nagyon jó abban, hogy kibékítsen embereket. Megértő, okos, intelligens, képes megoldani az ilyen helyzeteket.

És ezt a szituációt meg is oldotta. A történet nagy béküléssel végződött, a két öreg bevallotta: csak büszkeségből nem álltak szóba egymással. De most, Joshi segítségével megtört a jég.

Bár Joshi egyáltalán nem Gandhi unokája, egy biztos: Ruttka és Víg valóságos személyek, valóságos történettel. Pedig sokszor felvetődött a vád, hogy a Joshi Bharat és a konkurens csatorna Mónika-show-jának szereplői csupán statiszták, vagy ha létező személyek is, akkor manipulált, betanult, előre kitalált esetekkel állnak kamera elé.

A neten rengeteg átverésről olvasni.

> „Mi egyszer hárman mentünk egy aluljáróban, és ott szólított meg két fiatal lány, akik a Mónika-show-ba kerestek embereket. Én és a barátnőm nem vállaltuk, pedig elég erőszakosan próbáltak minket rábeszélni, pénzt is ajánlottak, hogy menjünk be a férjeinkkel. Elmondták, mi lenne a műsor témája, és azt mondták, nem baj, ha hazudunk, csak menjünk el, mert kellenek emberek. A húgom végül a férjével beleegyezett, elmentek a műsorba, de végig hazudtak. Egy szó nem volt igaz abból, amit elmondtak ott! Mindezért kaptak fejenként 12 ezer forintot, és kb. 20 percet forgattak […] A végén jót nevettek az egészen”

– olvasható a Menedzsment Fórum internetes portál „Kik, miért, mennyiért? A Mónika Show és társai kulisszatitkai” című cikkének hozzászólásai között.[1] A folytatás is hasonló:

> „Én szerepeltem a műsorban 3 éve és kaptam 10 ezer ft–ot, ami kiemelkedőnek számított […] Ugyanis a legtöbb hülye örül, hogy ott lehet ingyen! Vagy kap 3–5 ezer ft-ot azért, hogy kiteregesse a családi szennyest. Diszkókban is keresnek szereplőket […] Ja és utólag derült ki, hogy abban a műsorban, amiben benne voltam, a 10 emberből 5 be volt építve […] Ez az egész úgy bűzlik, ahogy van!”

– szól a másik bejegyzés a Joshi Bharattal kapcsolatban.

Húzósabb történet, nagyobb gázsi

> – Számos alkalommal kiderült már, hogy a műsor sok résztvevője statiszta – állítja Szalai Annamária, az ORTT Fidesz által delegált tagja. – Többször el is ítéltük a két nagy kereskedelmi tévét azért, mert a fikciós történeteiket is valós élethelyzeteknek állítják be, a mit sem sejtő néző pedig hisz nekik. Gyakran manipuláltak a figurák, pénzért vagy egyéb szolgáltatásért vállalják be a szerepet. Valamelyik kollégám az egyik monitoring-vizsgálat közben kiszúrta, hogy egy férfi a Mónika-show-ban szerepelt azzal, hogy nehéz gyerekkora volt, verte az apja, aztán pár hét múlva a Joshi Bharatban tűnt fel, ahol egy szerelmi háromszögről panaszkodott nagy átéléssel. Amikor szembesítettük ezzel a műsorszolgáltatókat, nem tudtak mit mondani. A Mónika-show és a Joshi Bharat minden bizonnyal dokumentumnak álcázott fikciós műfaj – véli Szalai Annamária.
>
> – A Joshi Bharat nemzetközi mintára működő klasszikus talk show, alapműfaj – kontráz Ökrös Gergely, a Joshi Bharat producere. – Az RTL klubbon kilenc évvel ezelőtt indult a Mónika-show, akkoriban a TV2-n ilyen típusú produkció nem készült. Mónika verhetetlen volt, hiába indult ellene később a Klaudia-show, a Jakupcsek-show és a Konta Barbara-show. Míg utóbbiakban szakértőkkel és kívülállókkal beszélgettek arról, hogy akadnak nők, akiknek három pasijuk van, addig a Mónika-show-ba bejött a nő a három férfival.

A nézettség pedig természetesen az egekbe szökött. A csúcsot mind közül Joshi Bharat 2008-as év végi adása érte el, amelyet a 18–49-es korosztályból több mint 600 ezren néztek (34,8 % SHR), a teljes lakosságból pedig 1,8 milliónál is többen (36,4 % SHR). De saját sávjában – este fél 6 és fél 7 között – is a teljes lakosságból 1–1,2 millió embert ültetett alkalmanként a képernyők elé. Ezért aztán nem meglepő, hogy a szereplőket jóval nagyobb stáb kutatja, mint egy klasszikus beszélgetős műsor fellépőit, ahol a témákhoz szakértőket hívnak. Ökrös állítja: a szereplők döntő többsége maga jelentkezik e-mailben, telefonon, levélben.

> – Csak az adások ideje alatt átlagosan két-háromszáz sms érkezik, de van, hogy hatszáz is befut. Plusz napi tíz levél, és persze több száz telefon. A legtöbben segítséget kérnek alkoholista apjuk, erőszakos férjük, elveszett gyerekük, rég nem látott ismerősük miatt. Velük azonnal felvette a kapcsolatot a kutató szerkesztő, aki olyan, mint egy ügynök: minél több, adásba való történetet hoz, annál több a pénze. Ehhez minden legális eszközt használhatnak. Legtöbbjük valóságos hálózatot alakít ki magának, és „összekötői” azonnal értesítik, ha bárhol történt valami – magyarázza Ökrös Gergely. – Munkájuk kőkemény feladat, nagy a fluktuáció, ötven kezdőből a fele az első nap ebédidőben lelép. És sajnos előfordulhat, hogy olyanok is belekeveredtek a rendszerbe, akik alkalmatlanok a feladatra, netán visszaéltek a felelősséggel. Tegyük fel, hogy a kutatószerkesztő elmegy vidékre, és azt javasolja egy illetőnek, el kéne játszania, hogy megcsalta a feleségét és jól összevesztek. Ez a legnagyobb bűn, amit a szakmában valaki elkövethet. A vezető szerkesztők dolga, hogy az esetlegesen valótlan, eljátszott történeteket kiszúrják. Már akkor kilóg a lóláb, amikor a történet ismertetése zajlik, de a felvétel során bizonyosan kibukik. A munkatárs pedig repül. Ezért az állítás, miszerint a műsort kamu sztorikra rendezték be, egyszerűen nem igaz.

Ökrös elárulja: olyan előfordul, hogy a kutatószerkesztő az utcán castingol, aluljáróban, pályaudvaron, strandon szólít meg embereket.

> – Az ilyen típusú talk show-ba kintről is kell sztorikat és embereket hozni. A szereplő pedig, ha elvállalja, kap némi pénzt, hisz kiesik a munkából, az útiköltségét szintén fizetni kell.

A honorárium fejenként néhány tízezer forint, nagysága a történet erősségétől függ, és az egy adásra adható keretből kell kigazdálkodni.

> – Az egyik műsorban nemrégiben olyan apa szerepelt, aki évtizedekig fizetett tartásdíjat, miközben nem hitte el, hogy övé a gyerek – tudjuk meg Tóth Klárától, a Joshi Bharat egyik szerkesztőjétől. – A férfi az évek során belerokkant ebbe a tudatba. Utóbb DNS-tesztet kért, és itt, adásban derült ki az eredmény: tényleg nem az övé a fiú. Ráadásul a gyerek is bizonytalanságban élt; amikor szembesült a helyzettel, a testvérei próbálták nyugtatni, hogy ezután is családtagnak tekintik. Igazi dráma volt. Ilyet nem lehet eljátszani.

Ökröstől tudjuk, hogy a Joshi Bharat stábja közel hatvantagú. A szervezet alján a már említett kutató szerkesztők állnak, aztán az adásszerkesztők, a heti szerkesztők, végül a főszerkesztő. Ők mind szűrik és ellenőrzik az anyagokat.

Ehhez képest az egyik legkeményebb verekedős adás után Réz András esztéta épp a TV2 Mokka című adásában állította: színjátékot láttunk.

> „Ez körülbelül annyira igaz, mint egy valóság-show. Nem igaz. Ez egy stúdióban mesterségesen létrehozott helyzet […] Pedig lassan meg kellene tanulnunk, hogy a talk show-nak ez a változata, amit magyarul kibeszélő show-nak nevezünk, színjáték […] Ez egy olyan fajta show-műsor, amely egyre durvul, Amerikában ezt trash tv-nek, azaz szeméttévének hívják […] Az a lényege, hogy az ingerküszöbünk emelkedett, át kell törni rajta. Pontosan látod, hogy a biztonsági őr oda van készítve, látod, hogy a srác emeli a kezét, erre a biztonsági őr, vagy az, aki biztonsági őrnek van beöltöztetve, már tudja, hogy mi fog történni. Mondjuk, izgalmasabb lenne, ha vérkapszula is lenne a szájukban […] Amikor én ide bejövök, aláírok egy papírt, benne van, hogy én semmi olyasmit nem tehetek, ami a csatornát támadná vagy sértené. Ha egy olyan papírt írtam volna alá, amelyik arról szól, hogy ez még titoktartási nyilatkozat is, akkor hogy a büdös életbe fog kiderülni, ha mégsem igaz az, amit láttunk?”[2]

A tévések egész másképp látják.

> – Azt gondolom, Réz András soha életében nem készített talk show-t, ezért elnézhető neki ez a hatalmas tévedés – kommentálja az állítást Ökrös Gergely.
> – Az az ügy két család ellentétéről szólt, annyi feszültség volt köztük, hogy amint meglátták egymást, azonnal összeugrottak – teszi hozzá Tóth Klára. – Erre a nézőtéren ülő hozzátartozóik is befutottak, a szerkesztők rohantak szétválasztani őket. Teljesen valós és tanulságos történet volt.

A szereplőválogatás gyakorlatáról megkérdeztük volna az RTL Klub véleményét is, de a sajtóosztály csak annyit közölt: „Megszűnőben lévő formátumról már nem kívánunk nyilatkozni.” Bár szerettük volna, Mónikával sem találkozhattunk.

Joshi Gyurcsók utódja?

Egy biztos: a Joshi Bharat és a műsorvezető személye sokakat vitára sarkallt. drMáriás például így fogalmaz az Élet és Irodalomban közzétett tévérecenziójában: „A Joshi Bharat-produkció az emberi hülyeségre épít mint témára, majd ugyanezt a nemes tulajdonságot a nézőiről is feltételezi”, a műsorvezetőt pedig egyenesen a nagy „klasszikus”, Gyurcsók József méltó utódjának titulálja:

> „Valahogy ma visszagondolni Gyurcsók József fénykorára felébreszthet bennünk egy adag romantikus, meghitt, alig megmagyarázható réveteg nosztalgiát: igen, tudtuk akkor is, hogy Gyurcsók változó megítélésű, a szerelő, akiből varázsló lett, akin röhögtünk, amikor azt mondta, hogy tegyük a kezünket a tévére, majd ő meggyógyítja a májunkat, mégis, a ma perspektívájából ő már nem Batu kán vérfertőzéses leszármazottjának, hanem jóformán egy skót nemesnek tűnik; s nem azért, mintha megjelenése azóta civilizáltabb lenne, hanem mert annyi a nálánál is elrettentőbb példa, hogy ő már-már a konszolidált pszichiáter séróját hozza. Gyurcsók Józsit viszont azóta felváltotta a képernyőn az ő modernebb, filozofikusabb, szociálisan érzékenyebb, ruházatában dzsentribb, ám a nyelvet nehezebben forgató változata: Joshi Bharat.”[3]

Fencsik Flóra reakciójában ugyanakkor azt hangsúlyozza, hogy a műsorban szereplők – drMáriás szerint „hülyék” – történetei értelmiségi közegben is pontosan ugyanúgy előfordulnak, ezért méltatlan a résztvevők és a műsorvezető kritikája is.

> „A recenzens a műsort ki tudja, mért, a jóslás, kuruzslás, varázslás, kókler lélekgyógyászat közelébe sorolja. S nyilván ezért tartja hülyének az ide járuló embereket. Méltatlan dolog a műsorvezető leheletnyi akcentusának a fölhánytorgatása éppúgy, mint összepárosítása az egykori copfos távgyógyítóval. Joshi Bharat nem gyógyít, nem varázsol, csupán hagyja beszélni őket, majd mond néhány kézenfekvő tanulságot, békítő szót, ami által vendége s a tévénéző is megnyugszik darab időre. A titok: egy jó arc, odafigyelő tekintet. Karizma.”[4]

Az ORTT-s Szalai Annamária pedig a szereplőválogatást kifogásolja.

> – Évek óta probléma ez, és bár a két műsorszolgáltató ígéretet tett, hogy módosítja gyakorlatát, az ORTT nem tapasztalt érdemi változást. Egyszer kezdeményeztem: ha már a testület többsége úgy döntött, hogy a szereplőválogatást nem tudjuk szankcionálni, akkor legalább közérdekű közleményben hívjuk fel az emberek figyelmét arra, hogy áldozatul eshetnek a szereplőválogatásnak. Tipikus módszer volt, hogy azt mondták nekik, egy jó barátjukkal találkoznak a stúdióban, ám tejesen más szituációba kerültek. Utóbb aztán megesett, hogy a falujukban kiközösítették őket. A műsorszolgáltatók nem mérik fel, mivel játszanak.

Vizsgálatok, beadványok, büntetések

Sorra érkeztek panaszok az ORTT–hez és az Adatvédelmi Biztos Irodájába. A beadványok nyomán Jóri András adatvédelmi biztos vizsgálatot indított a Mónika-show és Joshi Bharat című műsorokkal kapcsolatban. Állásfoglalásában a Mónika-show-ról kijelenti:

> „Az adatvédelmi biztoshoz érkezett panaszbeadványok egybehangzóan ugyanarról a »műsorba csalogatási« stratégiáról számoltak be. A panaszosok egyöntetűen azt kifogásolták, hogy nem tájékoztatták őket arról, milyen televíziós műsorban fognak szerepelni, csak annyit árultak el, hogy kellemes meglepetésben lesz részük, rég nem látott kedves ismerős vagy egyéb, számukra kellemes találkozás vár rájuk a stúdióban. A készülő műsor témájával kapcsolatosan a panaszok szerint a

szereplőket megtévesztették, a felvételen szembesültek a műsor igazi, gyakran az emberi méltóságot sértő voltával. Ezt követően íratták alá a résztvevőkkel a »Megállapodás« elnevezésű nyilatkozatot, amely a panaszbeadványok szerint mind adatvédelmi, mind polgári jogi szempontból kifogásolható rendelkezéseket tartalmaz. A beadványok leírása alapján a műsor felvételének helyszínén, a szereplők kiszolgáltatott helyzetét kihasználva további megalázó bánásmódban részesültek."

A Joshi Bharattal kapcsolatban a következő olvasható az állásfoglalásban:

„A beadványokban kivétel nélkül megtalálható azon panasz, mely szerint a szereplőket azzal a hazugsággal csalják be a műsorba, hogy rég nem látott kedves ismerősükkel fognak találkozni. Az egyik beadványt tevő állampolgár elmondása szerint a műsort sem ismerte, szerette volna megtiltani a felvétel leadását, amelyben egy fogyatékos rokon gondnoksága kapcsán kialakult vita volt a beszélgetés tárgya, azonban ezt figyelmen kívül hagyták."[5]

– A műsorba csalogatási stratégia klasszikus formája szerint a szereplőjelöltnek azt ígérték, hogy kifejezetten kellemes szituációban találja majd magát – mondja dr. Szabó Endre Győző, az Adatvédelmi Biztos Irodája Vizsgálati Főosztályának helyettes vezetője. – Volt olyan vendég, aki úgy tudta, régi osztálytársával találkozik, ám egészen más történt. Úgy érezte, becsapták. Nekünk pedig mindig a panaszos helyzetéből kell kiindulnunk. Márpedig sokan közülük nem kaptak megfelelő tájékoztatást – magyarázza Szabó Endre Győző.

A panaszok négy alaptípusba sorolhatók: nem volt idő átolvasni a szerződést, félrevezető információkat adtak, a műsor nevét sem voltak hajlandóak megmondani, ígéretük ellenére nem takarták ki a szereplő arcát.

– A kapcsolatfelvétel módja a mi szempontunkból nem releváns. Az, hogy diszkóban, aluljáróban vagy strandon szólítják meg, nem tartozik ránk – mondja Szabó. – De ahogy a két fél szerződéses jogviszonyba lép egymással, szabályozott környezetben kell cselekedniük. A pontos tájékoztatás pedig elengedhetetlen. És információs oldalról nézve természetesen az erősebb félnek vannak erősebb kötelezettségei. Márpedig mi olyan esetekkel találkoztunk, ahol a szereplő a tévés cégekkel szemben sarokba szorítva érezte magát.

A hivatal szerint ennek eklatáns példája a Joshi Bharatot gyártó Interaktív Kft. által írt, a *„Joshi Bharat című televíziós műsorban történő szerepléssel és adatkezeléssel kapcsolatban"* című dokumentum. A papírt a szereplők felvétel előtt kötelesek szignálni. Ebben úgy nyilatkoznak, hogy az abban „meghatározott kötelezettségvállalások megszegése esetén 1.000.000, – Ft, azaz egymillió forint kötbér megfizetésére vagyok köteles az Interaktív Kft. javára".

– Ez a kitétel a Mónika-show-t gyártó Videovox Kft. szerződésében is szerepel. Tehát visszalépés esetén a jelentkezőnek egymillió forintot kell fizetnie, mivel ekkora veszteséget okoz. Bár a két gyártó cég nyilván hatalmas gépezetet és nagyszámú embert mozgató, drága produkció, de az érintett szempontjából – és hangsúlyozom, nekünk ebből kell kiindulni – olyan tisztességes megállapodást kell kötni, ami együttműködésen alapul – mondja Szabó.

– Soha, senkinek, egyetlen egyszer sem kellett egymillió forintot fizetnie – cáfol Ökrös Gergely. – A nyilatkozatot felnőtt emberek írják alá, előtte elolvassák és értelmezik. Senki nem kényszeríti őket. A stúdió és a stáb fenntartása sokba kerül. Ha nem lenne nyilatkozat, képtelenség volna szavatolni az adás biztonságát. Félő, hogy a szereplő végül nem jön be, ezért motiválni kell. Ráadásul szerződni jogi kötelezettségünk is, anélkül senki nem kerülhet adásba. A gyártó cég csak úgy tud adásonként nagyjából száz ember megjelenéséért garanciát vállalni, ha szankciót is belefogalmaz a nyilatkozatba.

Szalai Annamária szerint viszont „olyan nincs", hogy egymillió forintra megkötbérezzék azt, aki letiltja a róla készült felvételt.

– Ezek nyilván semmis szerződések. De a szerkesztők nem abból a körből válogatják a szereplőket, ahol az emberek tisztában vannak a jogaikkal.

Tudatos, rosszhiszemű gyakorlat?

Az Adatvédelmi Hivatalba érkező panaszok egy része a forgatások körülményeire vonatkozott. Bár utólag nehéz a felderítés, a beadványok tartalma összecseng: kis helyiségben, órákig kellett várakozni, a stáb tagjai pedig enyhén szólva sem voltak udvariasak.

– A feltételek a stúdióban és a környezetében valóban nem a legkényelmesebbek, de a show szereplői így is ugyanazokat az öltözőket használhatták, mint a Mr. és Mrs. résztvevői – vág vissza Ökrös Gergely. – És igen, előfordult, hogy egy-egy szereplőnek be kellett várnia, hogy a történet másik résztvevője is megérkezzen. Ha pedig meglepetésről van szó, dramaturgiailag fontos, hogy adás előtt ne találkozzanak, ezért máshol kellett várakozniuk.

Az Adatvédelmi Biztosi Hivatal nem méltányolta a védekezést, és elítélte a két műsort.

– A panaszokból az a gyakorlat rajzolódott ki, hogy a két kibeszélő show-ban a személyiség védelme nem érvényesül megfelelően. A szereplőválogatás mellett az adatok kezelése, annak módszere is kifogásolható. Nem az adatkezelő hanyag eljárásáról volt szó, hanem tudatosan, rosszhiszeműen

folytatott gyakorlatról, amelyről számos, egymástól független forrásból származó panaszos is beszámolt – magyarázza Szabó Endre Győző. – Társadalmi helyzetük miatt nagyon kevesen tudják, milyen jellegű panaszt fogalmazhatnak meg.

Az Adatvédelmi Biztos Hivatalához mostanáig 17 beadvány érkezett, ezt Ökrös egyáltalán nem tekinti nagyarányúnak.

– Történetenként átlagosan három szereplő van, egy adásban pedig rendszerint három történetet mutatunk be. Eddig közel 4000 vendég szerepelt a Joshi Bharatban. Ehhez képest a 17 panasz igazán nem nagyarányú. A híresztelésekkel szemben utólag bárki letilthatta a szereplését, ez mindig is így volt. Az pedig teljesen természetes, hogy néhány szereplő kellemetlen helyzetbe kerül, ha egy történet negatív szereplőjeként jelenik meg adásban. Nyilván senkinek nem kellemes, ha egy apának a lányai a tévében vetik a szemére, hogy egész életükben verte őket. Kizárólag ezek a negatív szereplők beszélnek meglepetésről és megtévesztésről. Ez a reakció magától értetődő. Tavaly nagyjából hússzor fordult ez elő, olyan indokkal, hogy az illetőt állítólag félrevezették, nem erre számított, mással találkozott, mint akit ígértünk neki. Bár mindenkit próbáltunk meggyőzni, hogy mégis adásba kerüljön, de ha nem engedte, az a rész kimaradt.

A Mónika-show kilenc, a Joshi Bharat másfél évéhez és a két műsor több ezer adásához képest a 17 panasz valóban elenyészőnek tűnik.

– Vannak élethelyzetek, amelyekben egyetlen panasz is sok – véli Szabó. – A problémakör középpontjában a személyiség védelme áll, ami semmilyen formában sem sérülhet.

A hivatal állásfoglalást adott közre, amelyben egyebek között azt javasolták a két gyártónak, hogy készítsen adatvédelmi szabályzatot, amely bárki számára elérhető, és a műsorkészítés teljes folyamatában – a kapcsolatfelvételtől a műsorkészítésen át a bevágásokig, ismétlésekig – leírja, ki, mikor, milyen személyes adatot kezel.

– Ilyesminek most nyoma sincs a szereplőkkel aláíratott nyilatkozatokban, pedig az átláthatóság és a kiszolgáltatottság csökkentése miatt mindenképp szükséges – állítja Szabó Endre. – A jelentkezők arról számoltak be, hogy nem volt idejük elolvasni a szerződést, és példányt sem kaptak belőle.

A biztos ajánlásában az is szerepel, hogy a jelentkező hozzájárulását – a hagyományos beszélgetős műsorokkal ellentétben – nem az adás felvétele előtt, hanem azt követően kell beszerezni.

– Nem a kiszámíthatatlan elem teszi a két gyártó toborzási eljárását jogszerűtlenné, hiszen a meglepetéshelyzet nem eleve jogszerűtlenségre ítélt műfaj. De a tréfa csak akkor jóízű, ha az illető utólag is jópofának ítéli, és adásba engedi – magyarázza Szabó. – Az érintett ugyanis nem tudja befolyásolni a műsor kimenetelét, és csak utólag lesz abban a helyzetben, hogy nyilatkozni tudjon, akarja-e a nyilvánosságot. Míg a hagyományos beszélgetős műsoroknál előre tisztázott, hogy a vendég kivel, milyen körülmények között találkozik, addig egy kibeszélő show tele van meglepetéssel. Adatvédelmi szempontból sem a Videovox, sem az Interaktív Kft. gyakorlatát nem találtuk elfogadhatónak.

Az adatvédelmi biztos további jogi hiányosságokat is feltárt a vizsgálatában. Állásfoglalásában kitért a szereplők által aláírt megállapodásra, és kifogásolta, hogy a dokumentum alapján a Mónika-show-t gyártó Videovox Production Műsorgyártó Kft. jogosult arra, hogy a szereplő „közreműködésével készült kép- és hangfelvételeket rögzítsen, azokat korlátozás nélkül szabadon felhasználja”. Felveti a Joshi Bharatban szereplők által aláírt nyilatkozat visszásságait is, különösen az alábbi bekezdést:

„…a műsorban való részvételemmel kapcsolatos megjelenésemre vonatkozó valamennyi kizárólagos időbeli és térbeli korlátozástól független szomszédos jogi jellegű visszavonhatatlan hozzájárulásomat, az ezzel kapcsolatos jogokat (így különösen a nyilvánossághoz való közvetítést, ismételt sugárzást lehetővé tevő rögzítést, hordozótól független többszörözés és terjesztés, megfilmesítés stb. jogát) az Interaktív Kft.-nek és rajta keresztül a TV2-nek átadom, az ilyen jellegű felhasználást engedélyezem.”

– A korlátozás nélküli, valamint korlátozástól független felhasználás mint univerzális felhatalmazás teljesen idegen az információs önrendelkezési jog természetétől. Ezért felszólítottuk az adatkezelőket, hogy a jogellenes adatkezelési gyakorlatukat haladéktalanul szüntessék meg. Az ajánlásunkat mind a két gyártó cég elfogadta, és ígéretet kaptunk arra, hogy azt gyakorlatuk részévé teszik – mondja Szabó Endre.

ORTT

De mindez nem jelentett békekötést. Sőt. Nemcsak az adatvédelmi biztos, hanem az ORTT is össztűz alá vette a két műsor gyakorlatát, elsősorban azok tartalma, illetve a szereplőválogatás „tematikája” miatt.

A testület állította, hogy a Mónika-show működése során számos törvénysértést tapasztalt. Ezek zömmel a kiskorúak védelmére vonatkozó szabályok megsértését jelentették, de az utóbbi időben az emberi jogok és a kisebbségek méltósága is sérült. Úgy vélték, a kiskorúakra ártalmas tartalmak között nem megfelelően dolgozták fel az agressziót, a szexualitást és a családon belüli erőszakot. A műsor témái között megjelent a pedofília és az abúzus, gyakori volt a trágárság és a tettlegesség. A testület különösen sok törvénysértést észlelt 2004-ben és 2005-ben, majd úgy másfél év „nyugalom” után, 2008-tól, de különösen a Joshi Bharat indulásától kezdve ismét

tömeges törvénysértésekkel találkozott mindkét csatornán.

Ökrös Gergelyt arról kérdeztük, hogy a nagy verekedéseket miért engedték adásba.

> – A főszerkesztő mérlegeli, mi mehet adásba és mi nem – mondja a producer. – Ami attól is függ, hogyan értelmezi a törvényt, szerinte mi fér bele a 12 éves korosztály kategóriába. Ez borzasztóan szubjektív. Próbáltunk megfelelni az előírásoknak, nekünk sem az az érdekünk, hogy törvénysértő tartalom kerüljön a képernyőre, sokkal inkább az, hogy a szabályozáson belül a lehető legérdekesebb, legkülönlegesebb műsort biztosítsuk.

És persze a legmagasabb nézettséget.

> – Versenyhelyzet van, illetve volt. Ha egy Mónika-show tartalma megfelelt az ORTT-nek és a törvényi előírásoknak, akkor, gondoltuk, mi is képernyőre vihetünk valami hasonlót. Így a Joshi Bharat 2008 őszi indulására rengeteg tapasztalat gyűlt össze.

Olyannyira, hogy a Joshi Bharat villámgyorsan megelőzte a Mónika-show-t.

> – Erre az RTL–ben az a döntés született, hogy akkor náluk bunyó lesz – emlékezik Ökrös. – És szinte minden adásban megjelent a fizikai erőszak. Addig nálunk nem volt agresszió, inkább csak húzósabb történetek mentek. Ám közben a sok botrány és a mindennapi verekedés fölvitte a Mónika-show nézettségét, a miénk pedig csökkent. Ekkor döntöttünk úgy, hogy jó, akkor legyünk mi is megengedőbbek. Nálunk is megjelent a bunyó, amire viszont már megérkezett az ORTT vizsgálata és a sajtó elítélő reakciója.

Szalai Annamária cinikusnak minősíti ezt a hozzáállást.

> – Amikor az erőszakos események miatt konzultációra hívtuk a műsorszolgáltatókat, egymásra mutogatva állították, hogy a másik kezdte vetíteni és fokozni a törvénysértő tartalmakat – mondja Szalai. – A pokol igazán akkor szabadult el, amikor a Mónika-show konkurenciájaként megjelent a Joshi Bharat. Egyre durvábban licitálták egymást felül. Illetve alul. Majd arról nyilatkoztak, hogy az ORTT a hibás, mert a másiknak engedte, amit az egyiknek nem. Ez egyszerűen felháborító. Szót emeltem a testületben a szankciók következetesebb alkalmazásáért, mondván, ha megengedők vagyunk, csak tágítják a határokat. Erre lassan már ott tartottunk, mintha mi gyártottuk volna ezeket a műsorokat. A műsorvezetők pedig nemhogy csillapították volna, hanem szították az indulatokat és kiélezték a szituációkat.

Amit – a testület szerint – részben a romák felülreprezentálásával értek el:

> „Új elem volt a kibeszélő show-k történetében, hogy a Testület a kisebbségek méltóságának sérelmét is észlelte, s a romákkal kapcsolatos sztereotip megközelítés, a roma közösséget sértő ábrázolásmód miatt felhívta a műsorszolgáltatót a sérelmezett magatartás megszüntetésére.
> A Testület azt észlelte, hogy 2009 tavaszától a műsorszámokban egyre nagyobb számban szerepeltek súlyosan értékhiányos emberek [sic!], akiket a közönség a roma kisebbséghez tartozókként azonosíthat, ily módon táplálva a romákkal kapcsolatos előítéleteket”

– áll az Országos Rádió és Televízió Testület 2009-es tevékenységéről szóló J/11657 számú beszámolóban.[6]

Szalai Annamária úgy látja, a romák felülreprezentálása azt sugallta, hogy a műsorban tárgyalt problémák, mint például a családon belül erőszak, ebben a kisebbségben fordulnak elő tömegével.

> – A műsorban való kinézetükkel, viselkedésükkel, magatartásukkal és beszédkultúrájukkal a róluk szóló negatív előítéleteket erősítették – állítja Szalai.

Tóth Klára szerkesztő szerint viszont az ORTT sokszor egy-egy kifejezést, káromkodást kifogásolt.

> – A köznyelv ilyen. Ezek életszerű megszólalások, nagyon is emberi történetek. A szereplők káromkodnak, mérgesek, idegesek, néha erőteljesen szólnak, olyanok, mint szinte mindenki. Ezeket a kifejezéseket azonban minden alkalommal kinémítjuk. Arról pedig sajnos nem hallani a médiában, hogy a vidéki emberek sokat tanultak a műsorból. Rengeteg visszajelzés érkezett arról, hogy Joshi megváltoztatott párkapcsolatokat, útmutatásaival, tanácsaival problémákat oldott meg. A minap kaptam sms-t az egyik résztvevőtől: ha nincs a műsor, soha nem jött volna rendbe az élete. A legtöbbjük kis falvakból érkezett, sokszor együtt az egész család. Odahaza általában nincs sem jogi, sem lelki segítség, saját szűk környezetükkel pedig nem merik megosztani a problémáikat, hisz mindenki ismer mindenkit. Idegen környezetben viszont másképp viselkednek, Joshiban bíznak, tőle lendületet és energiát kapnak, szívesen megnyílnak neki.

Utolsó menet

A hatóságok és a kibeszélő show-k közötti háború folytatódott. Az ORTT ülésein szinte folyamatosan napirendre került a két műsorban megjelenő nyíltszíni erőszak, témává váltak az obszcén és a trágár kifejezések. Ráadásul a testület megosztottá vált.

Szalai Annamária szerint az egyre durvább jelenetek sokszor a nézőkben is visszatetszést keltettek. A „tömeges

bejelentésáradatra” az ORTT kénytelen volt reagálni: a panaszok kapcsán vizsgálatot indított, valamint a Joshi Bharat és a Mónika-show tíz–tíz epizódjára kiterjedő célvizsgálatot rendelt el. A feltárt törvénysértések miatt a Mónika-show esetében az ORTT 54 órás műsor-felfüggesztési szankciót javasolt, a Joshi Bharat esetében pedig 105 millió forint kötbér kiszabását indítványozta. A 2009. december 9-ei ülésen mégis úgy döntöttek, hogy a két csatornával szembeni közigazgatási eljárások megszűnnek:

> „A Testület a 2412–2426/2009. (XII. 9.) számon hozott végzéseiben úgy döntött, hogy megszünteti a közigazgatási eljárást, és nem alkalmaz szankciót az RTL Klub és a TV2 csatornákon 2009. február–május hónapokban sugárzott »Mónika Show« és »Joshi Bharat« című műsorszámok 14, illetve 18 vizsgált adásával kapcsolatban.”[7]

Szalai Annamária különvéleményt fogalmazott meg:

> „A Testület fenti döntése számomra elfogadhatatlan, mivel az az üzenete, hogy a műsorszolgáltatók következmények nélkül követhetnek el sorozatosan, egyre súlyosabb törvénysértéseket. Korlátok nélkül, büntetlenül folytathatják az emberi közösségek rombolását, és a médiahatóság hallgatólagos beleegyezése mellett továbbra is sugározhatnak olyan műsorszámokat, amelyek súlyosan hátrányosan befolyásolják a kiskorúak fejlődését, rendszeresen sértenek meg emberi és kisebbségi jogokat. Az az ORTT pedig, akinek törvényi kötelezettsége lenne, hogy a médiatörvény előírásait betartassa és ezeknek a jelenségeknek gátat szabjon, egy újabb célvizsgálat eredményeire várva már fél éve csak passzívan figyel”

– állt a testületi tag különvéleményében.

Úgy tűnt hát, hogy győz a két kereskedelmi csatorna „mindent a nézettségért” elve. Ezért is volt különösen meglepő az április elsején bombaként robbanó hír: kilenc év után megszűnik a Mónika-show. Rényi Ádám, az RTL akkori kommunikációs igazgatója utolsó munkanapján azt nyilatkozta, hogy a Mónika-show „nem tudott egyszerre megfelelni a nézők igényeinek és a törvény betűjének”. Rényi szerint a Mónika-show ugyan „nagyságrendekkel több győzelmet aratott, mint TV2-s vetélytársa”, de az RTL Klubnak ez a nézőszám már nem volt elég.

> – A Mónika-show nézettsége csökkent, gondolom, már nem érte meg gyártani – véli Ökrös Gergely a konkurenciától. – Feltételezem, hogy a műsor megszüntetése nem erkölcsi döntés volt részükről. Amíg a Mónika-show tíz százalékkal vert minden brazil sorozatot, addig nem volt ok, hogy levegyék adásból. Most, hogy büntette az ORTT, ráadásul hátrébb szorul a nézettségi versenyben, nincs értelme fenntartani.

E mondatok idején még futott a Joshi Barath. Ökrös optimizmusa pedig töretlen volt.

> – A Joshi–Mónika-küzdelemben Joshi nyert. Ennek ellenére a folytatást tekintve mi is nagy döntés előtt állunk, hiszen olykor bennünket is büntet az ORTT.

Aztán eltelt egy hét, és a TV2 szűkszavú közleményben tudatta: a Joshi Bharat is megszűnik. A döntés hivatalos oka kísértetiesen hasonlít a Mónika-show-éhoz: „Egyre nehezebbé vált olyan műsort készíteni, mely jó eséllyel száll harcba a nézők kegyeiért, ugyanakkor maradéktalanul megfelel a törvény előírásainak.” A Joshi Bharat június 4-én, a Mónika-show augusztus 27-én kerül utoljára a képernyőre.

> – Az optimista változat szerint a két műsor megszűnésében talán az ORTT keze is benne van – kommentálja a döntést Szalai Annamária. – Ha hamarabb és jóval következetesebben állunk neki szankcionálni, nem kellett volna éveket várni erre. Az ORTT túl sokat hezitált, hagyta elszabadulni a műsorkészítőket. Én nemrégiben kezdeményeztem, részesítsük utolsó figyelmeztetésben a két csatornát, ami a következő lépésben műsorszolgáltatási szerződésük megszűnéséhez is vezethet. Ezt a testület többsége elutasította.

Szalai szerint méltánytalan és cinikus érv volt a csatornáktól, hogy a magas nézettségre hivatkoztak.

> – Ezzel lebecsülik a nézőket, és rosszabbnak, igénytelenebbnek tartják őket, mint amilyenek valójában. Egy műsorszolgáltató felelősséggel tartozik. Ilyen közösségromboló, dezintegráló tartalmakat nem szabadna adnia, és erkölcsi normákat is fel kellene állítania. Arra meg végképp illetlen hivatkoznia, hogy ezt szeretik a nézők. Ez annak a csúsztatásnak az eredménye, hogy egyre fokozzák az ingereket. Olyan, mint a kábítószer, amikor a gyengébb narkó nem elég, erősebb dózisok kellenek. Itt az ingereket fokozzák. Pedig az érték is vonzza a nézőt.

Kiderül.

> – Szívós munka volt – mondja Szalai. – Harcban állok velük, mióta betettem a lábam az ORTT-be, és minden tőlem telhetőt elkövettem a megszűnésükért. Komoly elégtétel, hogy évek múltán sikerült ilyen eredményt elérni.

A lényeg: a két műsor bedobta a törölközőt. Talán véletlen, hogy ez a pillanat egybeesett a kormányváltással, hogy az RTL Klubban kisebbségi tulajdonrészt szerzett Fellegi Tamás, az Orbán-kormány miniszterének egykori cége, és azzal, hogy az ORTT a gazdasági válságra és a csökkenő bevételekre hivatkozva engedélyezte a két kereskedelmi tévének, hogy az évi kétmilliárd forintos koncessziós díját 2012-ig ne egy összegben, hanem negyedéves részletekben fizesse. Méghozzá kamatmentesen.

„Ha annyi ember lelki problémájával kellene foglalkozniuk, mint nekem, tíz perc után garantáltan kirohannának a stúdióból”

Joshi Bharat a kritikákról

– Ismerte a szereplők történeteit, vagy a műsorban találkozott velük először?

– Ott láttam őket először, direkt hagyjuk, hogy az egész spontán legyen. Bár előfordul, hogy van előzetes információm, és nagy vonalakban tudom, mi a probléma lényege. A vendégek a stúdióban egész másképp beszélnek. Bent kell kihozni belőlük az igazságot, és annak alapján kell megoldást találni. A spontaneitás fontos, ha nem készülök előre, azzal éberen tartom magam, és nem a klasszikus újságírói fondorlatokkal élek.

– Nem lát bele a szereplőválogatás gyakorlatába?

– Nem. És ez így jó. Persze volt olyan szomorú eset, amikor már korábban beszélgettem a szereplőkkel, de az rendkívüli történet.

– Sok kritika érte a műsort – leginkább az ORTT részéről – a káromkodások, a verekedések és az erőszakoskodások miatt.

– Régen valóban becsúszott pár ilyen eset. És bár próbáltuk, ezeket nem lehet mindig kivédeni. Az ORTT természetesen a saját szempontja szerint értékeli a műsort, számomra a lelkiismeretem a lényeg.

– Az értelmiség is élesen elítéli a produkciót.

– Ha értelmiségiként kizárólag értelmiségi lapokból olvasnék róla, és fogalmam sem lenne, mi és hogyan zajlik valójában, talán nekem is rossz véleményem lenne róla. Ám nálunk a jó szándék és a segíteni akarás mindig jelen van. A kritikusok számára az a legegyszerűbb, ha minden produkciót egy kalap alá vesznek, és sommás ítéletet mondanak felettük. Ha annyi ember lelki problémájával kellene foglalkozniuk, mint nekem, tíz perc után garantáltan kirohannának a stúdióból. Távolról sem lenne annyi türelmük, mint nekem és a kollégáimnak, akik adás után saját pénzükből a szereplők után mennek, ápolják a lelküket. Kívülállóként könnyű kritizálni. De szerintem az, aki nagyon hangosan kritizál, a műsorban a saját problémáját is látja. Ettől lesz ideges. Nem szeretem a képmutatást. Nem szeretem, ha valaki nem akarja tudni, mi zajlik a saját lelkében vagy a családjában. Nem szeretem azokat a kapcsolatokat, amelyek belül rothadnak, miközben kifelé mindenki vigyorog. Szinetár Miklós mondta nekem, márpedig az ő szavára adok, hogy a műsorom humánus és tehetséges. Sztankay István művész úr is azt jelezte felém, mindig nézi az adást.

– A társadalom mely rétegéből érkezett a legtöbb szereplője?

– Mindegyikből. A legszegényebbektől a középosztályon és a vállalkozói rétegen át a világhírű festőig, zenészig mindenki megfordult itt.

– Mi szolgált az ön számára a legnagyobb tanulsággal?

– Az emberi gyarlóság. És hogy milyen sokan nem látják a fától az erdőt. Amúgy a feleségem szerint nekem is jót tett a műsor, sokat finomodtam. Nemcsak a vendégekről, hanem rólam is szól, sőt igazából mindenkiről. Sok családot összehoztunk, sok kapcsolat javult meg általunk.

– Réz András esztéta azt állította, a show megrendezett, statiszták játsszák végig a felvételeket.

– Ezen nagyon jót nevettem. Az első logika órám jutott róla eszembe, még Indiában. A professzor megkérdezte, mi a logika, majd egy példával ő maga adott választ: ha a busz fekete, és a varjú fekete, akkor a busz varjú. Réz András is így működik. Van még mit tanulnia. Én tudom, mi az igazság, nem hazudok soha senkinek. Ha a műsor nem igazi szereplőkkel ment volna, nem vettem volna részt benne. Kívülállóként bármit mondhat, de annak semmi köze a valósághoz.

Lábjegyzetek

1 Lásd itt: http://www.mfor.hu/forum/topik/13439.html?PageNo=1 (utolsó letöltés: 2010. május 23.).

2 Lásd itt: http://www.youtube.com/watch?v=KW2x5A6zr7w (utolsó letöltés: 2010. május 23.).

3 Lásd itt: http://www.es.hu/index.php?view=doc;22399 (utolsó letöltés: 2010. május 24.).

4 Lásd itt: http://www.es.hu/index.php?view=doc;22492 (utolsó letöltés: 2010. május 24.).

5 Lásd itt: http://abiweb.obh.hu/abi/index.php?menu=aktualis/ajanlasok&dok=20100211_ABI_4 (utolsó letöltés: 2010. május 23.). Ügyszám: 1952/P/2009.

6 Lásd itt: http://www.ortt.hu/ogyb/ogyb_2009.pdf (utolsó letöltés: 2010. május 23.).

7

Lásd itt: http://www.ortt.hu/hirek.php?hir_id=475 (utolsó letöltés: 2010. május 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

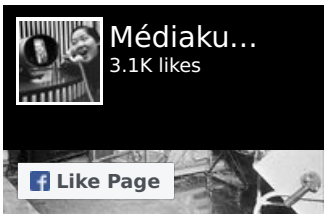
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017. Impresszum Szerzőinkhez

Médiakutató 2010 nyár

Bulvár

Monori Áron – Kozma Kriszta:

„Ezek az emberek nem tudják elfogadni a szabályokat, nem képesek a beilleszkedésre”

„Ezek az emberek nem tudják elfogadni a szabályokat, nem képesek a beilleszkedésre”[1]

A Mónika-show és a Joshi Bharat című műsorok romaképe 2009-ben

A 2009-es év újabb fordulatot hozott a magyarországi cigányellenes közbeszédben. A miskolci rendőrkapitány „cigány bűnözőkre” vonatkozó kijelentései,[2] valamint Marian Cozma meggyilkolása és az azt követő romaellenes megnyilvánulások[3] új minőséget hoztak a többség–kisebbség konfliktusait érintő nyilvános közlésekben. Ezzel párhuzamosan megszaporodtak az ORTT Panaszbizottságához érkező állampolgári panaszok, amelyek a hazai kereskedelmi televíziókban sugárzott kibeszélő show-k cigányképét kifogásolták, nevezetesen, hogy ezek a műsorok a romákat a többségi társadalomban meglévő cigányellenes előítéleteket kiszolgálva, azokat erősítve mutatják be. Az ORTT Műsorelemző osztálya többféle vizsgálatot és kutatást végzett a nevezett műsorok romaképéről.[4] Tanulmányunk ezek összefoglalásán keresztül mutatja be a hazai talk show-k egy – a mai magyar társadalmi kontextusban nem mellékes – aspektusát.

1. A társadalmi és médiakontextus

A magyar társadalomban a romákkal szembeni előítéletesség hosszú évtizedek óta jelen van, és Magyarországon a többségi társadalomban messze a legelutasítottabb kisebbségi csoport a cigányság. Az utóbbi két évtized empirikus előítéletesség-kutatásai alapján erőteljes konszenzus mutatkozik abban, hogy a többségi társadalom egyfajta abszolút külcsoportként és negatív referenciacsoportként tekint a hazai cigány kisebbségre, illetve dominál az egyfelől túltámogatott, segélyekre berendezkedett, másfelől a társadalmi normákat, jogszabályokat nem tisztelő cigányság képe (lásd például Angelusz, 1996; Csepeli & Fábián & Sik, 1998; Erőss, 1997; Lázár, 1996). A témában folytatott vizsgálatok válaszadóinak nagy többsége egyetért az olyan megállapításokkal, miszerint: „a cigányok sohasem fognak beilleszkedni a magyar társadalomba”; „a romák nem szeretnek dolgozni”; „az etnikai hovatartozás befolyásolja a bűnözési hajlandóságot”.[5] A Tárki 2005 decemberében végzett közvélemény-kutatása szerint a megkérdezettek 62 százaléka teljesen egyetértett vagy inkább egyetértett azzal a kifejezetten rasszista állítással, hogy a bűnözési hajlam a cigányok vérében van (Tárki, 2006). A Nézőpont Intézet 2008. augusztusi reprezentatív felmérése alapján a magyarok 91 százaléka szerint létezik „cigánybűnözés”, 77 százalékuk pedig úgy gondolja, hogy a romák hajlamosabbak a bűnelkövetésre a nem romáknál (Nézőpont Intézet, 2008). A Progresszív Intézet által készített legutóbbi (2009. február 15-ei) kutatás szerint a magyar lakosság 81 százalékának vannak cigányellenes attitűdjei (Progresszív Intézet, 2009). Nem elhanyagolható momentum, hogy a mai magyar társadalomban az emberek jelentős része hosszú ideje gazdasági és egzisztenciális problémákkal szembesül. Empirikus kutatások bizonyítják, hogy az ilyen szituációkban erősödik a bűnbakképzés igénye, amely kedvez a kisebbségekkel szembeni ellenérzések és előítéletek terjedésének (Messing, 1998: 78).

A többségi társadalomban élő előítéletek a magyarországi nyilvánosságban is egyre gyakrabban jelennek meg, azaz a rendszerváltás óta a magyar média többnyire a cigányságról élő sztereotip elképzeléseknek megfelelően, azokat visszaigazolva számol be a romákkal kapcsolatos eseményekről (Bernáth, 2003: 39–40). A cigányság nyilvánosságbeli reprezentációját feldolgozó kutatások az 1990-es évektől elsősorban a nyomtatott sajtóban megjelenő tartalmakról készültek. Egy 1995-ös vizsgálat eredményei szerint a magyar sajtóban a romáknak alapvetően három típusa jelent meg: (1) szegénységben élő munkanélküli; (2) művész (elsősorban zenész); (3) roma politikus (Vicsek, 1997; Dupcsik, 2009: 321). A következő, 1996–1997-ben készült kutatás szerint a cigányság a leghangsúlyosabban „mint konfliktusok által övezett csoport” szerepelt a sajtóban. A romákkal foglalkozó cikkek 70 százaléka konfliktusokról, bűncselekményekről, szociális feszültségekről szólt, és ezen belül 25 százalékuk kifejezetten bűncselekményekről. Emellett a cigányság mint kulturális közösség és mint politikai entitás jelent meg hangsúlyosan a lapokban. Az elemzés azt is kimutatta, hogy a cikkekben a romák elsősorban nem egyéniségük,

hanem csoporttagságuk („cigányok”) alapján definiálódtak, így a személyükhöz kötődő, adott esetben negatív megítélés a teljes kisebbségi csoportra rávetült (Messing, 1998: 82–84; Bernáth & Messing, 1998: 10–12). Egy, az 1997-es és 2000-es helyzetet felmérő, összehasonlító kutatás (Bernáth, 2003) szerint 2000-re valamelyest csökkent a romákról szóló cikkeken belül a bűncselekményekről való híradások aránya (21 százalékra), ugyanakkor a szegénység/cigánykultúra/bűnözés tematika továbbra is dominált a romák médiareprezentációjában. Emellett a romákat továbbra is a többségi sztereotípiáknak megfelelően mutatták be (Bernáth, 2003: 38–40). Az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportja által készített, a romák sajtóbeli reprezentációját a 2002-es parlamenti választások speciális kontextusában vizsgáló kutatás eredményei azt mutatták, hogy a magyar sajtó alapvetően negatív, de „jelentős mennyiségű pozitív elemmel árnyalt” cigányképet közvetített (Terestyéni, 2004: 136).

A romák által elkövetett bűncselekmények politikai kontextusba helyezése, illetve a „cigánybűnözés” kifejezés politikai használata és beemelése a szélesebb közbeszédbe a 2006-ban országos felháborodást kiváltó olaszliszkai bűncselekmény[6] nyomán indult el. A hazai nyilvánosságban a bűncselekmény gyakran a „cigánybűnözés” illusztrációjaként jelent meg, és a média többnyire a cigányellenes előítéletes gondolkodást megerősítő módon dolgozta fel a tragédiát (Pócsik, 2007). Az olaszliszkai gyilkosság esetében – mint a romák által elkövetett erőszakos bűncselekményeknél általában – a nyilvánosságban fontos szerepet kapott az elkövetők etnikai hovatartozása, annak ellenére, hogy alapesetben a bűncselekményeknél az elkövetők és a sértettek nemzetiségi-etnikai hovatartozása semmilyen relevanciával nem bír, kivéve, ha az indíték valamilyen nemzetiségi-etnikai ellentétre vezethető vissza.[7] Kizárólag az utóbbi esetben indokolt az etnikai identifikáció. A gyanúsítottak roma voltának hangsúlyozása visszatükrözte azt a nemzetközileg is ismert és problémásnak tartott gyakorlatot, amely szerint a (faji-etnikai) kisebbségi elkövetők esetében a bűnözés *„rasszizálódik”* (azaz ezekben az esetekben a bűnügyi tudósításokban előtérbe kerül az etnicitás), míg a többségi elkövetőknél az etnikai hovatartozás – mint lényegtelen részlet – észrevétlen marad (Sveinsson, 2008: 25–26).

A 2009-es év a cigányellenes közbeszéd további eszkalációját hozta Magyarországon. Jól példázta ezt két emblematikus, a hazai médiában kiemelt nyilvánosságot kapott ügy: az úgynevezett Pásztor-nyilatkozat, valamint a „Cozma-gyilkosság”[8] médiareprezentációja. A magyarországi televíziós hírműsorok e két esemény (és különösen az utóbbi) feldolgozása során többnyire negatív képet mutattak a cigányságról, és esetenként igazolni látszottak a többségi társadalomban élő cigányellenes előítéleteket. Emellett a roma hírfogyasztókban fokozhatták a kirekesztettség és megalázottság érzését (ORTT, 2010: 338–339).

A magyarországi romák médiareprezentációját a fent bemutatott negatív és sztereotip megjelenítés mellett sokáig egyfajta hiány is jellemezte. Konkrétan az, hogy a magyar média szórakoztató műsoraiban egyszerűen nem jelentek meg romák.[9] Annak ellenére sem, hogy a szórakoztató programokat (sorozatokat, talk show-kat) világszerte széles körben használják a kisebbségek kulturális integrációjának elősegítésére, illetve ezek a műsorok „hozzájárulhatnak ahhoz, hogy egy társadalom önképének elemeit, ezen belül pedig a kisebbségekkel kapcsolatos attitűdjeit megerősítse vagy éppenséggel módosítsa [sic!].” (Bernáth & Messing, 2001: 7). A romák magyarországi médiaképét 1998-ban feldolgozó átfogó tanulmány megállapításai szerint „Nincsenek, vagy csak alkalomszerűen jelennek meg kisebbségi karakterek a magyar szappanoperákban, a talk show-kban” (Bernáth & Messing, 1998: 21). Ez a megállapítás 2009-ben már csak részben volt helytálló. Ekkorra a legnézettebb kereskedelmi televíziók kibeszélő show-iban tömegesen kezdtek feltűnni roma karakterek. Ugyanakkor (mint látni fogjuk) kétséges, hogy megjelenésük mennyiben szolgálta a fent megfogalmazott kulturális integráció elősegítését.

2. A kibeszélő show-k műfaji sajátosságai

A kibeszélő show (vagy bulvár talk show) műfajának részletes bemutatása jelen írásnak nem célja, így itt csak annak néhány, témánk szempontjából releváns aspektusára szorítkozunk.[10] A talk show egy jól körülhatárolható műfaji „formátum” *(format),* amelynek forgatókönyve egyszerű sémákat használ, és amely alacsony gyártási költségek mellett viszonylag magas nézettséget produkál. Mint a kereskedelmi televíziózás más műfajainál, itt is a hosszú időn keresztül elért magas nézettség a műsorok sikerének legfontosabb mutatója. A nézettségi versenyből adódó követelmények miatt a talk show-k a műfaj általános keretein belül folyamatosan próbálnak megújulni. E keretek lehetővé teszik, hogy a műsorvezetők a legkülönbözőbb elképzeléseiket próbálják beépíteni a show-ba, folyamatosan tágítva és átértelmezve azokat (Császi, 2008: 17).

A kibeszélő show-k fontos jellegzetessége, hogy szereplői nem sztárok vagy egyéb híresség, hanem hétköznapi emberek. Ezek a szereplők saját történeteiket mondják el, beszélik meg egymással és a műsorvezetővel. A témák feldolgozása így nagyfokú spontaneitás látszatát keltheti, ugyanakkor az egyes műsorszámok jól megtervezett szabályok szerint zajlanak:

> „Természetesen a spontaneitás minden látszata ellenére ezek a műsorok gondosan meg vannak tervezve, azaz – szemben a látszattal – nem közvetlenül, hanem a műfaj sablonjához igazítva találkozunk az emberekkel és a témákkal, ami lényegesen átalakítja a végeredményt” (Császi, 2005: 25).

A műfaj széleskörű elterjedése következtében idővel a talk show-k legkülönbözőbb típusai jelentek meg (Timberg, 2002). Ugyanakkor a zsáner általános jellemzője, hogy hétköznapi emberek problémáival kíván foglalkozni, szórakoztató funkcióin túl a társas tanulás eszköze, a társadalmi normák meghatározását és felülvizsgálatát szolgáló rítus. Emellett tipikusnak mondható, hogy a nézettségi versenyből adódóan meghökkentő, esetenként sokkoló, elborzasztó, hagyományosan magánügyeknek számító kérdéseket visz a nyilvánosság elé. A leggyakrabban használt technikája a szembesítés és a mesterséges helyzetben előidézett konfrontáció. Ilyenkor a moderátor kifejezetten kellemetlen szituációban szembesíti az érintetteket korábbi, a társadalmi normákat, jó ízlést stb. sértő cselekedeteikkel, azok lehetséges következményeivel. Témái között gyakori a promiszkuitás, a családon belüli erőszak, a házastársi hűtlenség, az alkoholizmus, a drogprobléma. Ezeknek és a hasonló társadalmi

problémáknak a műfaj keretei között történő megvitatása az 1968-ban indult amerikai The Phil Donahue Show-ban honosodott meg. A később jelentkező programokra (így például Oprah Winfrey vagy Jerry Springer műsoraira) egyre inkább az a tendencia lett jellemző, hogy a magánéleti témák egyre kevésbé problematizálódtak közéleti kérdésként (Császi, 2005: 25). Összefoglalva:

> „A szereplők mindennapi gondjaikról, problémáikról, vágyaikról beszélnek a nyilvánosság előtt. Ezek az emberek nem ünneplőbe vannak öltözve, hanem hétköznapi ruhába, sokszor szegényesen, máskor ízléstelenül, a legtöbbször átlagosan, minden különleges jellegzetesség nélkül. Magatartásuk is inkább hétköznapi: sokszor megszeppentté, máskor agresszívvé, időnként meghatóvá vagy éppen nevetségessé válnak. Szókincsük gyakran inadekvát, szegényes vagy vulgáris, de éppen ezek az elemek nyújtják a talk show valódiságának érzését, a műsor vonzását" (Császi, 2008: 20).

A különböző talk show-k között könnyen megragadható társadalmi hasznossággal rendelkező programok is vannak. Ilyen koncepciót valósítanak meg az úgynevezett konfliktusfeloldó és/vagy problémamegoldó műsorok, amelyek lényege a megoldás-orientáltság és a megoldási lehetőségek, segítségnyújtás felmutatása, valamint az empatikus moderátori szerepfelfogás. Ilyen volt például az amerikai The Sally Jessy Raphael Show. Általában is elmondható, hogy a mai kibeszélő show-k egy része a szórakoztató funkción túl jelentős társadalomkritikai potenciállal is rendelkezik, például *kulturális demokratizmusa* miatt, vagy éppen mert „az individuális sokszínűség tematizálásán keresztül képesek megkérdőjelezni sok uralkodó sztereotípiát" (Császi, 2005: 25).

Saját „küldetésnyilatkozataik" szerint a két magyarországi földi sugárzású kereskedelmi televízió kibeszélő show-i az általuk „kibeszélt" problémák megoldását ígérik. Az RTL Klubon látható Mónika-show ajánlata: „Jöjjön el Ön is, találkozzon Mónikával, oldjuk meg együtt a gondjait!"[11] hasonló a TV2-n futó Joshi Bharat című programéhoz: „Kérje Bharat segítségét! Ha úgy érzi, hogy problémájával egyedül maradt, akkor Önnek Joshi Bharat segítségére van szüksége."[12] Mindez azt ígéri, úgy mutatnak be magánéleti konfliktusokat, hogy a vitákat egyúttal kezelik, a konfliktusban érintett oldalak kölcsönösen haszonnal jönnek ki a folyamatból, és a nézők hatékony konfliktuskezelési mintákkal szembesülhetnek, így a műsorok társadalmi haszna elméletileg magas.

3. A vizsgált műsorok romaképe

A többségi média cigányképével kapcsolatos legfontosabb kérdés az, hogy megmutatja-e olyan szerepekben a cigányság képviselőit, (1) amelyeken keresztül a többség a társadalom integráns csoportjaként fogadhatja el a romákat; illetve (2) amelyekkel azonosulva a romák büszkék lehetnek identitásukra, vagy ellenkezőleg, annak eltitkolására, elfojtására készteti őket. A többségi társadalom cigányképét a szórakoztató műsorok, így a kibeszélő show-k is alakítják, illetve megerősíthetik a társadalomban élő cigányellenes előítéleteket (Bernáth & Messing, 2001: 7). A befogadás-vizsgálattal foglalkozó szakirodalom szerint a média egyrészt csak egy a közönséget befolyásoló számos tényező közül, illetve csak áttételesen és korlátozott mértékben képes befolyásolni a médiafogyasztók gondolkodását (részletesen lásd Bajomi-Lázár, 2006: 113–144). A médiában megjelenő tartalmak poliszémiája miatt a befogadói értelmezések sokfélék lehetnek. Ugyanakkor a média a társadalmi folyamatok reprezentációs kereteinek meghatározásával formálja is a médiafogyasztó másokról alkotott képét (Hall, 1995).[13] Egy tömegkommunikációs üzenet akkor és annyiban képes meggyőzni, motiválni és elsősorban megerősíteni a befogadói előítéleteket, amikor és amennyiben igazodik a néző „elvárásaihoz", és számol a befogadói recepció különböző (társas, pszichológiai, diszkurzív) kontextusaival (László, 2005: 74). Az utóbbi megállapítást figyelembe véve a magyarországi konszenzuális cigányellenes hangulatban, a bevezetőben vázolt előítéleteket, a média csupán azzal is erősítheti, ha anélkül számol be a romákkal kapcsolatos konfliktusokról, hogy azok mélyebb társadalmi okait (az integráció nehézségeit, a mélyszegénységet, az iskolázatlanságot, az iskolai és a lakóhelyi szegregációt, a munkaerő-piaci diszkriminációt stb.) felfedné (Gerő et al., 2002: 69–70). Erőteljesen befolyásolja a látottak feldolgozását a médiafogyasztó érzelmi szintjét megemelő ábrázolásmód. Az érzelmeket kiváltó bemutatás a befogadó izgalmi szintjét megnöveli, s ez erősíti a rutinszerű, gondolkodást nélkülöző, automatikus információfeldolgozást, ami oda vezet, hogy a néző a befogadás során az előítéleteire fog hagyatkozni.[14] A romák konfliktusorientált, illetve negatív sztereotip szerepekben való bemutatása a nézői recepció szempontjából az előítéletes gondolkodást erősítheti (Messing, 1998: 83–87).

A romákat célzó kutatások esetében óhatatlanul felmerül a kérdés, hogy kit és milyen kritériumok alapján tekintünk cigánynak (részletesen lásd például Dupcsik, 2009: 16–20, 272–278). Annál is inkább, mivel a szabad identitásválasztás minden személy természetes joga, amit a magyar kisebbségi törvény vonatkozó része is deklarál.[15] Ugyanakkor a kérdéssel foglalkozó társadalomkutatók között konszenzus mutatkozik abban, hogy

> „*…társadalomtudományi és társadalompolitikai értelemben* – nem lehet cigányokkal foglalkozni úgy, hogy figyelmen kívül hagyjuk a »minősített cigányok« tömegeit. A cigánnyá minősítés társadalmi tényét akkor is figyelembe kell venni, ha magával a minősítés folyamatával nem értünk egyet" (Dupcsik, 2009: 18–19).

A *nem cigány környezet* általi cigánnyá minősítésnek alapja sokféle lehet, ugyanakkor a többségi társadalomban egyébként tipikusan „cigányosnak" vélt külső (antropológiai) jellemzők, belső tulajdonságok és életmódbeli jellegzetességek önmagukban nem, csak együttes előfordulásuk esetén meghatározóak (lásd például Ladányi & Szelényi, 1997: 5).

A médiában való megjelenésnél – miután a közvetített cigányképet és annak lehetséges nézői percepcióját vizsgáltuk – nem arra voltunk kíváncsiak, hogy a talk show-k szereplői közül kik romák *valójában,* hanem kifejezetten arra, hogy kiket azonosíthat cigányként a médiafogyasztó. Így azokat a szereplőket kezeltük romaként, akiket a néző jó eséllyel annak minősít.[16] Fókuszcsoportos vizsgálatok kimutatták, hogy a romaként való azonosítást a külső testi jegyek, a név, a társadalmi státusra utaló jelek, a viselkedés együttesen határozzák meg. A

„rasszjegyek”: a sötét bőr-, szem- és hajszín, a „tipikus cigány név”, a szegényes öltözék, az igénytelen és nehezen érthető („cigányos”) nyelvhasználat és dialektus, az agresszív viselkedés – mint a cigányokra a többségi társadalom által sztereotipikusan jellemzőnek tartott jegyek – többségének együttes megléte esetén a többségi „azonosító” jó eséllyel minősíti cigánynak a szereplőt (Csepeli & Simon, 2001). Jelen írásunkban tehát, amikor romákról/cigányokról beszélünk, azt a fenti értelemben tesszük.

3.1. A kibeszélő show-k kvantitatív elemzése

A kvantitatív vizsgálat két hosszabb időszakot dolgozott fel annak megállapítására, hogy a műsorok mennyiben tükrözik vissza a többségi társadalomban uralkodó cigányellenes sztereotípiákat. Ezek során 2009. március 19. és június 12. között 50–50, augusztus 31. és október 30. között pedig 42–42 Joshi Bharat és Mónika-show elemzését végeztük el. A vizsgálatoknál leírtuk a szereplők műsorszámokban tanúsított magatartását, regisztráltuk a szegmensek[17] által felvonultatott témákat, valamint a romákra a többségi társadalom által sztereotipikusan jellemzőnek tartott (fent röviden ismertetett) jegyek alapján azonosítottuk a roma szereplőket.

A tavaszi időszak vizsgálata során a műsorok szereplőinek 41 százalékát azonosítottuk cigányként, akiknek 67 százaléka az RTL Klub, 33 százaléka pedig a TV2 műsoraiban jelent meg. A romák megjelenése a műsorokban néhány specifikus téma tárgyalásakor kifejezetten felülreprezentáltnak bizonyult. A *vérfertőzés* tárgykörének felbukkanásakor a szereplők 76 százaléka, az *iskolakerülés* megjelenítésénél 61 százaléka volt roma. Az *erőszakosan viselkedő* vendégek között szintén szignifikánsan magasabb volt a cigányként azonosított szereplők aránya (73%), de hasonló megoszlást figyelhettünk meg a *fenyegető* (71%), a *trágár* (60%) és az *igénytelen beszéd* (56%) megjelenésénél is. Csatornákra lebontva megállapítható, hogy ha a téma a *vérfertőzés* volt, akkor az RTL Klubon megjelenő szereplők 95, a TV2 esetében 50 százalék volt a romák aránya.

Az erőszakos, fenyegető viselkedés, az igénytelen beszédmód és ruházat, valamint a trágár nyelvhasználat a műsorokban elsősorban a romákat jellemezte. A 1. táblázatból látható, hogy a legtöbb negatív tulajdonsággal rendelkező vendégek meghatározó aránya roma volt.

magatartási forma	TV2 (a roma szereplők aránya)	RTL Klub (a roma szereplők aránya)	szignifikancia-szint	ETA
erőszakos viselkedés	71%	74%	0,00	0.287
fenyegető beszéd	67%	74%	0,00	0.325
nehezen érthető beszédmód	64%	54%	0,00	0.371
trágárság	60%	61%	0,00	0.308
ruházat igénytelensége	58%	65%	0,00	0.39
nyelvi igénytelenség	40%	55%	0,00	0.306

1. táblázat. A műsor szereplőinek deviáns megnyilvánulásai, külső jegyei, valamint a szereplők etnikai hovatartozásának összefüggései

A tavaszi kvantitatív felmérés eredményeit összefoglalva elmondhatjuk, hogy a vizsgált műsorokban megjelenő romák megoszlása egyrészt társadalmi arányukhoz képest nagymértékben felülreprezentált volt, másrészt megjelenésük módja alkalmas volt a magyar társadalom többsége által a romákkal szemben táplált előítéletek megerősítésére.

Az 2009. augusztus 31. és október 30. között vizsgált műsorszámokban is nagy számban, társadalmi arányukhoz képest felülreprezentáltan szerepeltek romák (lásd a 2. táblázatot). A szereplők 51 százalékát regisztráltuk cigányként. Csatornák szerinti bontásban szignifikáns különbségek mutatkoztak: a Mónika-show-ban a szereplők 57, míg a Joshi Bharat műsoraiban 45 százaléka tartozott a cigány etnikumhoz. Tavasszal a Mónika-show-ban a szereplők fele volt roma, a Joshi Bharat esetében az arány a tavasszal mért egyharmadról 45 százalékra emelkedett. A romák ilyen arányú felülreprezentáltsága önmagában alkalmas volt a kisebbség negatív színben való feltüntetésére, hiszen a vendégek általában a többségi értékrendszerrel és életstílussal ellentétes mintákat testesítettek meg.

	Mónika-show			Joshi Bharat		
	márc. 19–jún. 12. (n=477)	szeptember (n=231)	október (n=199)	márc. 19–jún 12. (n=388)	szeptember (n=184)	október (n=179)
Roma szereplők aránya	49%	58%	57%	30%	46%	44%

2. táblázat. A roma szereplők aránya

A romák szereplése mindegyik időszakban többnyire a társadalmi normákat sértő és a panaszosok által is kifogásolt problémás témák és viselkedési formák bemutatásához kapcsolódott. Abban az esetben, amikor valamilyen agresszív cselekmény állt a beszélgetés középpontjában, a szereplők 62 százaléka – csatornákra lebontva: az RTL Klub esetében 71, a TV2 esetében 53 százaléka – volt roma. Még magasabb arányt regisztráltunk, amikor a szexuális erőszak problémáját járták körül: ebben az esetben a vendégek 77 százalékát, míg a bűncselekményekről szóló műsorrészek szereplőinek kétharmadát azonosítottuk cigányként. Az erőszakosan viselkedő vendégek között szintén szignifikánsan magasabb volt a roma szereplők aránya, és ehhez hasonló eredményeket kaptunk a fenyegető beszéd előfordulásánál is (lásd a 3. táblázatot).

	Mónika-show						Joshi Bharat					
	márc. 19–jún. 12. (n=477)		szeptember (n=231)		október (n=199)		márc. 19–jún 12. (n=388)		szeptember (n=184)		október (n=179)	
	eset	%	eset	%	eset	%	eset	%	eset	%	eset	%
Erőszakosan viselkedett (összes szereplőhöz viszonyítva)	91	19	1	0,4	8	4	35	9	7	4	9	5
Ezen belül a roma szereplők aránya	67	74	1	100	6	75	25	71	7	100	6	67
Fenyegetőzött (összes szereplőhöz viszonyítva)	70	15	10	4	15	8	57	15	35	19	17	9
Ezen belül a roma szereplők aránya	52	74	9	90	13	87	36	63	20	57	12	71
Trágárság (összes szereplőhöz viszonyítva)	183	38	53	23	29	15	72	19	53	29	57	32
Ezen belül a roma szereplők aránya	111	61	38	72	18	62	43	60	39	74	31	54

3. táblázat. A problémásan viselkedő szereplők és azon belül a romák aránya

Szeptembertől kezdődően mindkét csatorna jelentősen visszaszorította az erőszak bemutatását, azonban a romák felülreprezentáltsága e kérdéskörben nem mutatott változást. A fizikai agresszió mellett a cigány kisebbség bemutatásánál hangsúlyosan jelent meg a verbális agresszió. A Mónika-show-ban a roma szereplők 61, a Joshi Bharatban 60 százaléka használt trágár kifejezéseket. A nyelvi igénytelenség, a nem vagy alig érthető kifejezésmód és artikuláció a felmérés szerint szintén nagyobb arányban jellemezte a roma meghívottakat.

A fenti adatok alapján megállapítható, hogy a romák reprezentációja a talk show-kban az őszi időszakban is kiszolgálta és alátámasztotta a többségi társadalomban élő cigányellenes sztereotípiákat.

3.2. A kibeszélő show-k tartalmi vizsgálata

Az alábbiakban néhány tipikus példán keresztül ismertetjük, hogy az egyes műsorszámok milyen módon mutatták be a magyarországi cigány kisebbség képviselőit.[18]

A Mónika-show március 30-ai adásának harmadik beszélgetését a következőképpen konferálta fel a műsorvezető: „Egy fiatal lány azt szeretné, ha férje életében ő lenne az egyetlen nő.” A 19 éves Évától volt szó, aki a harmadik gyermekét várja, s akinek férje, a 22 éves Attila a szomszédasszonyukkal él együtt. A férfi nagy nőcsábász hírében áll, korábban számtalanszor megcsalta őt, sőt Éva édesanyjánál is próbálkozott. A műsorvezetőt mindössze az érdekelte a történetből, Attila milyen gyakran lépett félre, és a képernyőfeliratok legnagyobb része is csak ezt a témát járta körül (például „Attilát a falu fiataljai már a helyi diszkóból is kitiltatták, nehogy elszeresse a barátnőiket”). Másodikként a 34 éves szomszédasszonyt, Irént hívták be, aki minden empátiát nélkülözve mondta el Évának, hogy el akarja venni tőle a férfit, és nem érdekli, hogy az két pici gyermeket hagy el. A műsorvezető elítélte Irént (többek között „kíméletlennek” nevezte), majd kigúnyolta választása miatt („Milyen jó fogás, Irénke!”), amin a közönség jól szórakozott. A férfi mindvégig közönyösen viselkedett a két nővel. Attila (Irénhez): „Végül is nem akarlak megtartani, mert öregebb is vagy nálam, meg hát több lány is van, nem csak te. Már úgy, hogy van kapcsolatom mással is.” Irén: „Na, és ha ezt te tudtad, miért jártál utánam, miért bolondítottál, miért szédítettél?” Attila: „Hát akkor nekem mi lett volna benne az okosság?” Mónika értetlenkedve közbeszólt: „De mit jelent ez?” „Hát akkor hogy fekszek le vele, ha elmondom neki az igazat?!” – válaszolta nevetve a férfi. Évával olyan hangnemben beszélt, amelyen a közönség is felhördült. Éva: „Még mikor csak 14 éves voltam, és iskolába jártam, megmondhattad volna, hogy »Vétesd el azt a gyereket is, az elsőt, nem kell az se, nem kellesz te se.« Pesten dolgoztál, és akkor hagytunk volna egymásnak békét már az elején.” Attila: „Éppen ez az, hogy még én is vártam a gyerekekre.” Éva: „Nem, hanem csak itt van mán ez a harmadik is, és akkor az teneked meg se fordul az eszedbe, hogy én evvel a harmadikkal is mit fogok kezdeni?” Attila: „Emészd meg!” A beszélgetésből kiderült, hogy Attila egyébként a lány másod-unokatestvére, s hogy Éva miatta maradt ki az iskolából. Attila elmondása szerint azért maradt Évával, mert félt erőszakos anyósától, aki azzal fenyegetőzött, hogy feljelenti őt a lány megrontásáért. Megtudtuk, hogy a gyerekeket valójában Éva édesanyja neveli. Ezen kívül Attiláról az is kiderült, hogy nincs munkája, sokáig anyósa pénzéből élt, most pedig a szomszédasszonyéból, valamint bántalmazta feleségét. A beszélgetés utolsó vendégeként Éva édesanyja, Dóra jött be, aki rögtön pofon ütötte Irént, majd Attilának esett. A biztonsági őrök Irén mellé ültették, hiába kérte többször is, hogy ne így tegyenek. Eközben a képernyőn a következő felirat volt látható: „Az erőszak soha nem lehet megoldás a problémákra.” Dóra a szegmens végéig folyamatosan pocskondiázta, időnként le is köpte vejét és annak szeretőjét, majd azzal fenyegetőzött, hogy karóba húzatja őket. A műsorvezető hosszú időn keresztül szabad folyást engedett a kölcsönös vádaskodásoknak, majd a szegmens anélkül ért véget, hogy a konfliktusra bármilyen megoldási lehetőség egyáltalán szóba került volna.

A Joshi Bharat május 25-ei adásában szereplő testvérpár úgy összeverekedett, hogy a műsort nem lehetett folytatni, és Joshi Bharatnak megoldás nélkül el kellett köszönnie a nézőktől. Ezután magazinműsorok foglalkoztak a jelenséggel, nézők tömegei panaszolták be a műsorszámot az ORTT-nél. A jelenet „roma bunyóként” máig látható a YouTube internetes videomegosztó oldalon, ahonnan tíz hónap alatt több mint 270 ezren töltötték le.[19] A szegmens műsorelőzetésében kizárólag a brutális verekedés képeit használták fel, a narrátor drámai hangvételével fokozva a hatást („Testvérháború. Amikor minden szál elszakad. A hangulat a tetőfokára hág. Bosszú és fájdalom.

Brutalitás.”). A beszélgetés első vendége, János, a felkonferálás szerint azért jött, hogy családjával rendezze a kapcsolatát, később azonban kiderült, hogy erről szó sincs. A férfi öccsére, Istvánra haragudott, amiért az úgy megverte apjukat, hogy eltört az orra és agyrázkódása lett. János beszéde nagyon nehezen volt érthető, összefüggéstelenül mesélte el a történetet, folyton visszatérve az erőszakos részletekhez. A képernyőfeliratok szintén csak az agresszív elemeket domborították ki (például „A két testvér már régóta háborúzik egymással”). A műsorvezető különösebben nem segített kibogozni a történetet, így nem derült fény a konfliktus okára. Mindössze néhány adalék színesítette a kialakult képet, miszerint a két testvér nem együtt nőtt fel, mert János intézetben, majd börtönben volt, egyébként pedig évek óta rossz a kapcsolatuk, amelyet fenyegetőzések és verekedések tarkítanak, valamint hogy István nem tudja eltartani családját, mert nem dolgozik, és hogy megpróbált kikezdeni bátyja feleségével. János folyamatosan ócsárolta testvérét a stúdióban, majd amikor Istvánt behívták, a két testvér egymásnak esett, és a közönség soraiból is többen (egy férfi és két nő) csatlakoztak a kialakult verekedéshez, amelyet a biztonsági embereknek sem sikerült megfékezniük. Közben üvöltve fenyegetőztek, hogy megölik egymást. A műsor kudarcba fulladt, ugyanis a két testvér képtelen volt lehiggadni. A műsorvezető elfogadhatatlannak nevezte a történteket, és azzal köszönt el a nézőktől, hogy hisz abban, léteznek olyan emberek, akik tudják a saját szellemi adottságaikat használni, kifejezve, hogy a jelenet szereplői nem ilyenek.

A június 2-ai Joshi Bharatban a felkonferálás szerint Etelka lányával, Reginával szerette volna tisztázni kapcsolatát. Az anya sok helyütt zavaros elmondása szerint lánya öt gyermekét 12 évig ő nevelte, majd Regina visszavette tőle a gyerekeket, azóta rosszul bánik velük, enni sem kapnak rendesen. Vejét, akivel lánya, 15 éves kora óta van együtt, és aki korábban börtönben ült, saját kiskorú gyerekei molesztálásával vádolta. Elmondta, hogy veje a gyerekek életveszélyes megfenyegetésével próbálta megakadályozni, hogy zaklatásukról beszéljenek. Etelka a szomszédban lakik, és onnan látta, hogyan veri, kínozza a veje és annak apja Reginát és a gyerekeket. Miután Regina és férje a stúdióba érkezett, Etelka gyűlölködve a lányának esett, verekedni kezdtek, többször is a biztonságiaknak kellett őket szétválasztani. Artikulálatlanul üvöltve halálosan megfenyegették egymást. A folyamatosan záporozó trágár szavak kisípolásától szinte követhetetlen volt, miket vágtak egymás fejéhez, a közönség azonban többször nevetésben tört ki. A műsorvezető halvány kísérletet tett arra, hogy közbeszóljon, majd Regina és a férje kirohant a stúdióból. Ezek után Joshi Bharat kérdőre vonta Etelkát, aki feldúltan elmondta, nem is a lányát akarta megverni, hanem a vejét – ezen a közönség ismét jól szórakozott. Kintről mutatták az üvöltő, síró Reginát, aki elmondta, hogy az anyja 26 évig verte, egy alkalommal sósavat is öntött rá. Közben a képernyőfeliratok tovább dramatizálták a jelenetet („Regina nehéz gyerekkora miatt bosszút esküdött anyja ellen”). Hosszas rábeszélésre a lány visszatért a pódiumra, miután Etelka megígérte Joshi Bharatnak, hogy higgadt marad. Regina elmondta, Etelka azért adta olyan fiatalon férjhez, mert attól tartott, ha nem így tesz, nevelőapja meg fogja erőszakolni, ő pedig megöli magát. A jelenet ismét hangos szitkozódásba torkollott, a műsorvezetőnek nem sikerült kézben tartania az eseményeket. Regina: „Ha kell, megfojtalak, akkor is az én öt gyermekem. Sanyika csinálta, neked csinálta vagy nekem?” Etelka: „Ezek szerint nekem csinálta, mert én neveltem fel!” Regina: „A Sándor nekem csinálta az öt gyermeket, nem neki. Hát akkor. Elnézést kérek mán a kifejezésért, nem ő szülte meg a picsáján, hanem én!” A műsorvezető a jelenetet otthagyva megállapította, hogy a szereplők képtelenek normálisan megbeszélni dolgaikat, és elköszönt a nézőktől. A háttérben anya és lánya tovább vitatkoztak, majd a vége főcím alatt újra verekedni kezdtek. Az, hogy a műsorkészítők a verekedések egy részét (a médiahatósággal történt konzultáció hatására)[20] elhomályosították, nem tompított a jelenet brutalitásán.

A Joshi Bharat szeptember 14-ei műsora egy bejátszással kezdődött. A kisfilmben először egy testvérpár és édesapjuk elmesélték, hogy az egyik fiút és nagybátyját egy szóváltást követően megkéselte egy ellenséges csoport. Ezután fekete-fehér képsorokon valaki kést rántott elő, majd futó lábakat mutattak, aztán a fiú hátán lévő heg volt látható. A képsorokat vészjósló aláfestő zene kísérte. Az áldozat testvére elmondta, hogy később otthonukban is rájuk támadtak, és Molotov-koktélt dobtak a házukra. A fiúk feljelentést tettek, így mindkét ügyben zajlik az eljárás. Az események után még egy alkalommal kardokkal és baseball-ütőkkel támadt rájuk az ellenséges banda. A megszúrt fiú testvére és apja elmondta, hogy a konfliktus oka féltékenység volt, amelyet nem részleteztek. Joshi Bharat az apán mint felnőtt emberen, a higgadtságot kérte számon, aki azt felelte, nem szeretnék, ha azt hinnék az emberek, hogy minden cigány bűnöző. Ezután arról beszélt, bennük is felmerült, hogy „rámennek a másik csapat házára”. A stúdióba megérkezett az „ellenséges csapat” két tagja, és élénk vita kezdődött a felek között arról, hogy melyik csoport hány emberből állt, kinél hány és milyen fegyver volt (kés, kard, vipera, szablya, machete, baseball-ütő), és kitől mit foglaltak le a rendőrök. Végül az apa annyira elragadtatta magát, hogy majdnem megütötte az egyik vele vitatkozó fiút, majd mind a négyen felálltak, és egymás szavába vágva kiabáltak. A műsorvezető eddig a pontig szó nélkül hagyta az eldurvuló jelenetet. Miután a biztonsági emberek leültették a feleket, a műsorvezető kérdőre vonta az apát: „Előbb azt mondta nekem, hogy embereknek legyen normális véleményük a cigányságról, igaz? És most jó példát mutat?” A verekedések részleteit taglaló agresszív és parttalan vita azonban változatlanul folyt tovább, így Joshi Bharat otthagyta a szereplőket, és elköszönt a nézőktől.

A szeptember 21-ei Mónika-show-ban a 31 éves Margit arra panaszkodott, hogy családja tönkreteszi az életét. Volt férje, aki kapcsolatuk alatt többször félrelépett, elhagyta őt a szomszéd nő, Marika miatt, akivel korábban jó barátságban voltak. A férfi viszont a mai napig gyakran visszajár hozzá, és beleszól a dolgaiba. Ráadásul fiatalkorú lányuk, Adrienn Marika fiával, Karcsival jár, és gyakorlatilag átköltözött a szomszédba. Adrienn kinevette anyját, elmondta, hogy jobban érzi magát a barátja családjánál, és nem érti, miért változott meg az anyja hozzáállása, hiszen korábban Marikával együtt pártolta a fiúval való kapcsolatát. A műsorvezető gúnyolódott Margiton (Margit: „Hát ugye barátnők voltunk, egyet kellett mondanunk.” Mónika: „Ugyanazt a butaságot kellett mondanotok, ugye? Ó, és hogy örülsz ennek most, Margitka!”), miközben a képernyőfeliratok szerint a felek kölcsönösen hazudozónak tartják egymást. Margit folyamatosan ócsárolta Marikát és a fiát, majd kölcsönösen vádaskodtak. A volt férj és Marika elmondták, hogy Margit nem dolgozott, verte a lányát és lefeküdt Karcsi bátyjával. A nő mindezt tagadta. A műsorvezető a legkevésbé sem törekedett arra, hogy bármilyen megoldás felé terelje a beszélgetést, leginkább csak hagyta, hogy kiabáljanak egymással, majd egy, a szegmenshez egyáltalán nem passzoló, tévénézőkhöz intézett

zárszóval fejezte be a műsort.

A Mónika-show október 8-ai adásának első vendége Csaba volt, aki Casanovának nevezte magát, és elmondta, húszéves kapcsolata alatt folyamatosan félrelépett. Mentségül családjától örökölt természetére, saját szavaival „egzotikus vérére" hivatkozott („Az összes famíliám forró, tehát ilyen egzotikus vérűek vagyunk különben."). Ibolyánál, az élettársánál akkor bukott le, amikor húsvétkor az aktuális szeretőjénél maradt a telefonja, ezért Ibolya, akivel egyébként négy közös gyermekük van, kidobta őt a házból. Csaba elszánta magát, hogy mindegyik esetet bevallja volt párjának – amit aztán mégsem mert megtenni a műsorban –, és ha kap tőle még egy esélyt, akkor megkéri a kezét. Ibolya kiverte a férfi kezéből a virágot, és bizonygatta, hogy ő már látni sem akarja, mert nem bízik benne. A műsorvezető hosszú ideig nem szólt közbe, majd gúnyos hangnemben beszélt a férfivel. Csaba: „Mónika, mindenkinek van egy esélye, nem?" Mónika: „Egy igen." Csaba: „Valamikor, mikor guillotine alá tették az embert, akkor is megkérdezték, nem, hogy van egy lehetősége, egy utolsó kívánsága? Nekem az utolsó kívánságom…" „Nem vagyok benne biztos, hogy megkérdezték. Mindenesetre tőled most nem kérdezik meg" – vágott a szavába Mónika, mire a közönség soraiból nevetés hallatszott. A szegmens végére sem jutottak dűlőre egymással a felek.

Az október 12-ei Joshi Bharatba elsőként a 60 éves Sándor érkezett, aki elmondta, hogy 44 évet töltött börtönben – ezt később képernyőfelirat is hangsúlyozta –, amin a közönség láthatóan megbotránkozott. Sándor hozzátette és lekopogta: „De gyilkosság, nemi erőszak meg ilyen dolgok nem volt." Beszéde és így az elmondott történet nehezen volt érthető. A helybéli romák körében róla terjengő pletykát nehezményezte, miszerint intim kapcsolata volt testvére egykori élettársával, Matilddal. Emiatt testvérével három éve haragban vannak. Megkérdezte az asszonytól, miért verették meg és vették el a pénzét, illetve miért hazudták azt, hogy ő ölte meg Matild kislányát. Az asszony elmondta, máig nem tudja, ki ölte meg hétéves gyermekét. Elmondása szerint Sándor zaklatta őt és a gyerekeit, ezért bántották. A két fél hazugnak nevezte és szidta egymást, a közönség időként nevetett rajtuk. A felek megnyilvánulásai és a képernyőfeliratok egyre zavarosabbá tették a kirajzolódó képet. Például Matild: „Engem molesztált, többször meg akarta kérni a kezemet. És én nem mondtam neki, hogy igen." Sándor erre – miután elmondta, hogy nem tudná otthagyni jelenlegi párját – letérdelve kérte: „Térden állva megyek hozzád, […] murandi, legyen az én testem, na jöjjön!" Matild tiltakozott: „Nem megyek, nem megyek! Ne kérjél, szó se lehet róla, nem kellesz!" A műsorvezető – miután egy ideig szó nélkül hagyta az agresszív szóváltást – azzal a közhelyes megállapítással zárta le a sehová sem vezető beszélgetést, hogy Sándor gondolja át az életét, és elsősorban ne másokban, hanem saját magában keresse a hibát.

Az október 16-ai Joshi Bharatba Antal azzal érkezett, hogy megváltozik. Felesége, Mária nem hitt neki, és elpanaszolta, hogy Antal az utóbbi időben ivott, „játékgépezett", elköltötte az ő utolsó pénzét, és verte is. Nemrég kórházba került, miután Antal megszúrta. Mária kiabálva ócsárolta férjét, majd odaugrott hozzá, és ütlegelni kezdte. Kiderült, hogy Mária 13 éves kora óta vannak együtt, a férfi akkor csábította el, és emiatt kimaradt az iskolából. Joshi Bharat behívta fiatalkorú unokájukat, Nikolettet, akit születésétől fogva ők nevelnek. A lány elmesélte, hogy többször tettlegességig fajult nagyszülei között a vita, neki kellett szétválasztania őket, és már nem bírja tovább. A képernyőfeliratok is ezt erősítették meg. Miután Mária nem hitte el, hogy Antal csupán attól megváltozik, hogy fogadalomként elismétli a műsorvezető szavait, Joshi Bharat tovább erősködött, és megpróbálta megértetni Máriával, hogy meg kell előlegeznie a bizalmat férjének. Kísérlete sikertelennek bizonyult, Mária újra meg újra visszatért Antal ócsárlásához és sérelmei felemlegetéséhez. Ezért a műsorvezető egy idő után már úgy beszélt velük, mint a gyerekekkel, a közönség pedig időről időre nevetésben tört ki. Mária nehezményezte is a nézők viselkedését („Kiröhögnek ezek az emberek? Azé' gyüttünk?"). Végül Joshi Bharat kierőszakolta, hogy a házastársak formálisan megpuszilják egymást, amit megoldásként könyvelt el.

A vázlatosan bemutatott nyolc szegmens cigányképe jól tükrözi, hogyan jelennek meg általában a romák a magyarországi talk show-kban. A feldolgozott témák (hűtlenség, promiszkuitás, családi viszályok, „bandaháború", egymás bántalmazása, gyerekek molesztálása), valamint a felvonultatott szereplők önuralomhiányról, kontrollálatlan indulatokról tanúskodó, helyenként kulturálatlan viselkedésének (verekedés, trágárság, fenyegetőzés, köpködés, egymás rágalmazása, szidalmazása, kiabálás, a vitapartner nézőpontjának semmibevétele) bemutatása jó eséllyel felkelthette a szereplőkkel szembeni ellenszenvet, valamint alkalmas volt a nézőkben élő cigányellenes sztereotípiák megerősítésére. A romák a talk show-k által közvetített kép szerint súlyos konfliktusokkal terhelt csoportot alkotnak, amely konfliktusait a többségi társadalom normáit megsértve próbálja megoldani. A műsorrészletek alkalmasak voltak a cigányságra jellemző életvitelről szóló sztereotipikus többségi elképzelések (iskolakerülés, munkakerülés, felelőtlen gyermekvállalás, a gyermekek elhagyása, bűnözői életvitel, erőszakos konfliktuskezelés, a társadalmi normák folyamatos megsértése, a tágabb családon belüli szexuális kapcsolatok, felelőtlen pénzkezelés, hazudozás, hangoskodás) visszaigazolására.

A műsorkészítők azzal, hogy teret engedtek a parttalan indulatoknak, sőt esetenként gerjesztették azokat, még negatívabbá tették a műsor romákról közvetített képét. A képernyőfeliratok többnyire megkérdőjelezték vagy még problematikusabb részletekkel színesítették a szereplők által elmondottakat. A szexualitásra vonatkozó utalások megfogalmazásai nyersek és durvák voltak, a trágárság a kisípolás ellenére legtöbbször érthető maradt. Az előzetesekben a legproblematikusabb jeleneteket vágták össze, és az indulatokat tovább fokozó narrációval egészítették ki azokat. A témákat kizsákmányoló, szenzációhajhász, az extremitást kiemelő módon mutatták be, kizárólag a nézők szórakoztatására koncentrálva, figyelmen kívül hagyva az újságírói etikai normákat, illetve a szereplők érdekeit, emberi méltóságát. A Joshi Bharatban esetenként dramatikus filmbejátszásokkal illusztrálták a történeteket, megemelve a befogadó érzelmi szintjét, megnehezítve ezzel, hogy a néző megfelelő távolságtartással kezelje a látottakat.[21]

A műsorvezetők az elesett, nehéz helyzetben lévő, magukat szabatosan kifejezni képtelen szereplőket számos esetben gúny tárgyává tették, és érzelmi nyomorukon élcelődtek. Rendszerint a végső pontig hagyták kifutni az

agressziót, és provokatív magatartásukkal, a problémák részletezését elősegítő kérdéseikkel nem a konfliktusok megoldását keresték, hanem az ellentétek elmélyítését segítették elő. A viták gyakori hirtelen lezárásakor a műsorvezetők sokszor negatív erkölcsi ítéletet mondtak vendégeikről.

3.3. A kibeszélő show-k hatásainak fókuszcsoportos vizsgálata[22]

A fókuszcsoportos vizsgálat eredményei az egyéb kutatásokhoz hasonlóan azt mutatták, hogy a vizsgált műsorokban rendkívül negatív kép jelent meg a hazai cigányságról. A műsorok tipikus szereplőinek meghatározása során a csoportok résztvevői gyakran választottak roma karaktereket, azaz a cigányokra a többségi társadalom által sztereotipikusan jellemzőnek tartott külső (rassz)jegyekkel rendelkező figurákat, illetve (szintén a többségi sztereo-típiák alapján) a cigánysághoz köthető életkörülményekre utaló miliőt. A válaszadóknak általában tetszett, hogy a műsorokban rövid idő alatt érdekes történetek bontakoztak ki, ugyanakkor negatívan nyilatkoztak arról, hogy – elmondásuk szerint – egyre gyakrabban találkoztak agresszív jelenetekkel és trágársággal. Az utóbbiakat mindkét műsor esetében a romákhoz kötötték.

A fókuszcsoportok résztvevői a Mónika-show tipikus szereplőiként romákat (általuk romaként azonosított embereket) választottak a montázsokon, akikről kifejezetten negatívan nyilatkoztak. A roma szereplők által elbeszélt történetekkel kapcsolatban – amelyeket szintén negatívan értékeltek – úgy gondolták, hogy az elmondottak a valóságot tükrözik, annak ellenére, hogy a talk show-khoz való általános viszonyukat feltérképező beszélgetésből kiderült, azt feltételezik, a műsorokban gyakoriak a kitalált/kiszínezett történetek és a megrendezett jelenetek. Kiderült, hogy a csoportok résztvevői szemében a Mónika-show-hoz spontán módon kapcsolódik az agresszivitás, a károrvendő szórakozás és a roma kisebbség. A műsor a válaszadók szerint egyre inkább a nézők cirkusz iránti vágyát elégíti ki. A leggyakrabban azért nézik, mert arra számítanak, látnak valami érdekeset, meghökkentőt. Az elmondottak alapján a show negatív spirálba került, azaz csak egyre szélsőségesebb történetekkel és elsősorban extrém jelenetekkel képes fenntartani a folyamatos nézői érdeklődést.[23] Ezeknek a – csoportok résztvevőinek véleménye szerint elítélendő viselkedésmintákat mutató – jeleneteknek elsősorban romák voltak a szereplői, így a műsorban az agresszió, a trágárság és az összeférhetetlenség a cigány kisebbséghez kötődött.

A Joshi Bharat esetében a fókuszcsoportok tagjai szerint az utóbbi időben (azaz a 2009-es évben) jelent meg egyre több roma szereplő. Ez a fejlemény azonban a műsor imázsába, megítélésébe még nem épült be szervesen. A TV2-n látható show-ban szereplők etnikai hovatartozásáról a megkérdezetteknek vegyes képük volt. Emellett közléseik alapján a műsorban megjelenő romák megítélése a Mónika-show vendégeiéhez képest kevésbé volt homogén. Így például a fókuszcsoportok tagjai időnként pozitív tulajdonságokat (dolgos, feltörekvő) is tulajdonítottak a Joshi Bharat cigány szereplőinek. Ugyanakkor a válaszadók szerint ebben a műsorban is egyre inkább általánossá vált az agresszió, amelyet a Joshi Bharat esetében is mindig romákhoz kötöttek.

A kutatás általános konklúziója szerint a műsorok rendszeres nézői számára a roma szereplők gyakran a károrvendő szórakozás tárgyát képezik. Ennek központi elemeit a szereplők szegényes kifejezésmódja, dialektusuk, illetve extrém (a csoportok résztvevői szerint csak a romákra jellemző) történetei adják. Ugyanakkor a válaszadók romákról alkotott képét saját bevallásuk szerint elsősorban a kisebbséggel kapcsolatos személyes tapasztalataik alakítják, azt nagymértékben befolyásolja, hogy közvetlen környezetükben élnek-e romák. A vizsgálat azt mutatta, hogy azok, akik mindennapjaik során érintkeznek a cigány kisebbség tagjaival, hajlamosabbak az előítéletes gondolkodásra.

A műsorok rendszeres nézése és az előítéletes gondolkodás erőssége között a vizsgálat közvetlen kapcsolatot nem tárt fel. Egyértelműen kimutatta viszont, hogy a vizsgált talk show-k az előítéletes médiafogyasztók számára megerősítést, visszaigazolást nyújtanak a romákról alkotott sztereotip képzeteikről, véleményeikről. Színesítik fantáziájukat arra nézve, hogy „a cigányok” mi mindenre lehetnek képesek, munícióval szolgálnak ahhoz, hogy újabb negatív viselkedési mintákat társítsanak a roma kisebbséghez. Ezzel összefüggésben hozzájárulnak nézőik (már meglévő) cigányellenes érvkészletének bővítéséhez. A fókuszcsoportos vizsgálat Mónika-show-ra vonatkozó konklúziója szerint a műsor fő kockázata az, hogy mivel szereplői nagyrészt a roma kisebbség köréből kerülnek ki, és az általuk bemutatott történetek egyoldalúan negatívak, a többségi néző szemében a szélsőséges és normasértő viselkedés etnicizálódik, azaz kifejezetten a cigánysághoz kapcsolódik. A Joshi Bharat esetében a leginkább problematikus az, hogy a – kérdezett nézők szerint – higgadt, problémamegoldó műsorban egyrészt a roma szereplők sokszor agresszíven lépnek fel, másrészt – ahogy az a show-ban gyakran előfordul – a műsorvezető nem tudja kibékíteni a szereplőket, és ezzel agresszív és kezelhetetlen romaképet mutat, visszaigazolva a bevezetőben felvázolt többségi előítéleteket.

3.4. A kibeszélő show-kban alkalmazott konfliktuskezelési technikák

Ahogy korábban már jeleztük, mind a Mónika-show, mind a Joshi Bharat segítségnyújtást, a vendégek problémáinak megoldását ígéri, azaz, hogy a bemutatott és megtárgyalt magánéleti konfliktusokat a „kibeszélés” folyamatán keresztül egyúttal kezeli is. A szereplők és a nézők (amennyiben komolyan veszik a műsorok öndefinícióját, a tévécsatornák által a programokról deklarált képet) arra számíthatnak, hogy egyrészt a konfliktusokban érintett vendégek haszonnal jönnek ki a folyamatból, másrészt a nézők hatékony konfliktuskezelési technikákkal találkozhatnak a műsorokban. A tapasztalatok ezzel szemben azt mutatják, hogy a műsorvezetők nem törekszenek a konfliktusok megoldására, és/vagy nem rendelkeznek azokkal a kompetenciákkal, amelyek alkalmasak lennének az ígért célok megvalósítására. Az ORTT által készíttetett mediációs elemzés[24] eredménye szerint a problémamegoldást ígérő műsorok a konfliktusokat érdemi és ténylegesen megvalósítható megoldási javaslat/stratégia nélkül mutatták be. A moderátorok valódi konfliktuskezelési technikákat nem használtak,

ilyeneket nagy valószínűséggel nem is ismernek. Magatartásukra alapvetően jellemző volt az empátia hiánya, a vitapartnerek valamelyike felé való elfogultság. Megszólalásaik – részben a műfaj sajátosságainak és a nézettségi verseny kényszerítő erejének köszönhetően – a nézőknek szóltak, nem törődve a segítségért a stúdióba érkezett szereplők legelemibb érdekeivel, illetve a műsor által *elvben* felvállalt konfliktuskezelő szerepből adódó szakmai és etikai elvárásokkal (Balogh, 2009). Miután – ahogyan azt a kvantitatív vizsgálat kimutatta – az agresszív viselkedés és trágárság a műsorokban elsősorban roma szereplőkhöz kapcsolódott, a konfliktushelyzetek nem megfelelő kezelése (így azok további eszkalálódása) a cigány kisebbség erőszakos, kezelhetetlen képét erősíthette a nézőkben, visszaigazolva a magyar társadalomban széles körben elterjedt cigányellenes előítéleteket.

4. Összegzés

A többségi média cigányképével kapcsolatos legfontosabb kérdésekre – miszerint mutatja-e olyan szerepekben a cigányság képviselőit, amelyeken keresztül a többség a társadalom integráns csoportjaként fogadhatja el a kisebbséget, illetve amelyekkel azonosulva a romák büszkék lehetnek identitásukra – a vizsgált talk show-k esetében a válasz egyértelmű nem. A fent bemutatott vizsgálatok eredményei szerint 2009-ben az RTL Klub és a TV2 kibeszélő show-iban a hazai cigányság a magyar társadalomban szinte konszenzuálisan létező előítéleteket visszaigazolva, a többségi néző számára kifejezetten negatív referenciacsoportként jelent meg. Ezt a koncepciózus szereplőválogatás és az ahhoz kapcsolódó témaválasztás garantálta: azaz a deviáns magatartásformákat (vérfertőzés, erőszakos és fenyegető viselkedés, iskolakerülés stb.) bemutató szegmensekben a romák szélsőségesen felülreprezentáltak voltak. A tartalmi vizsgálat kimutatta, hogy a műsorok a cigányságot a magyar társadalomban mélyen gyökerező cigányellenes sztereotípiákat kiszolgálva, trágár, agresszív, a társadalmi együttélés normáit rutinszerűen áthágó, a konfliktusokat erőszakkal megoldó, összeférhetetlen, hűtlenségre, hazugságra és bűnözői életvitelre hajlamos etnikai csoportként ábrázolták. Azaz a cigányság a többségi társadalomban jelen lévő problémaként jelent meg a műsorokban.

A kibeszélő show-kban megjelenő cigánykép homogén és általánosító volt. A homogenizáló ábrázolásmód a csoportközi kategorizációt segíti elő, amely a kisebbségekkel szembeni előítéletesség egyik feltétele (Messing, 1998: 83–84). Mindez a romák negatív sztereotip szerepekben való bemutatásával járt együtt, ami a nézői recepció szempontjából az előítéletes gondolkodást erősíthette. Ha figyelembe vesszük, hogy a hazai talk show-k nézői között erőteljesen felülreprezentált az alacsony iskolai végzettségű, inaktív, vidéki lakosság,[25] amely szociológiai jellemzőiben viszonylag közel áll a tárgyalt műsorokban megjelenő romákhoz, ennél a csoportnál a műsorokban elhangzottak értékes munícióval szolgálhatnak a csoportképzéshez és a csoportkülönbségek hangsúlyozásához.[26] Ezt a fókuszcsoportos vizsgálat is alátámasztotta. A kibeszélő show-k rendszeres nézése és az előítéletes gondolkodás erőssége között a kutatás közvetlen kapcsolatot nem tárt fel, viszont kimutatta, hogy a műsorok az eleve előítéletes nézők számára megerősítik és visszaigazolják cigányellenes sztereotípiáikat. A fókuszcsoportok eredményei azt mutatták, hogy a Mónika-show-nál a többségi néző számára a szélsőséges és normasértő viselkedés etnicizálódott, azaz kifejezetten a cigánysághoz kapcsolódott. A Joshi Bharat esetében pedig azzal, hogy a műsorvezető gyakran képtelen volt kibékíteni a jelenetek erőszakosan fellépő roma szereplőit, a műsor agresszív és kezelhetetlen képet közvetített a cigányságról, visszaigazolva a bevezetőben felvázolt többségi előítéleteket.

A más talk show-k esetében ténylegesen tetten érhető társadalomkritikai funkció – amelynek egyik lényeges vonása, hogy a műsorok szórakoztató formában képesek megkérdőjelezni bizonyos, a társadalomban uralkodó sztereotípiákat (Császi, 2005: 25) – a vizsgált műsorokban nem jelent meg. Ellenkezőleg, a romákkal kapcsolatos előítéleteket a két kibeszélő show egyaránt kiszolgálta és visszaigazolta.

Ugyanígy nem találkoztunk – az elméletileg a zsánertől nem idegen – általános problémamegoldásokkal sem. A műsorok „küldetésnyilatkozataiban” megígért problémamegoldó funkciók nem működtek, az ígéretek szintjén maradtak, a konfliktuskezelésre vonatkozó elvárások látványosan nem teljesültek. Az elbeszélt történetekből kibontakozó gondok megoldása a konfliktustípusok megválasztása, valamint a nem megfelelő konfliktuskezelési és moderálási módszerek alkalmazása miatt eleve kudarcra volt ítélve, vagy – ami valószínűbb – ilyen célja a műsoroknak kizárólag a deklaráció szintjén volt. A vizsgált műsorok valódi célja a puszta szórakoztatás, elsősorban kínos helyzetbe hozott szereplők egymásnak eresztett parttalan indulatainak nézettséggeneráló bemutatása lehetett. A nézettségért folyó versenyben a műsorszolgáltatók figyelmen kívül hagyták, hogy produkcióik negatívan befolyásolhatják a hazai interetnikus viszonyokat. Mindezt egy olyan társadalmi kontextusban, amikor a magyarországi romákat a hagyományos előítéletességen alapuló kirekesztésen (iskolai és lakóhelyi szegregáció, munkaerő-piaci diszkrimináció stb.) túl konkrét, halálos áldozatokkal is járó támadások érték.[27]

Irodalom

Angelusz Róbert (1996): A cigányellenesség és a pluralizmus ignoranciája. *Jel-Kép*, 1. sz.

Bajomi-Lázár Péter (2006): *Média és társadalom.* Budapest: PrintXBudavár Zrt.

Balogh Eszter (2009): *Elemzés a talk show-k által közvetített értékekről és üzenetekről*. http://www.ortt.hu/elemzesek/21/1261491115mediacio_elemzes_20091222.pdf (utolsó letöltés: 2010. március 26.).

Bernáth Gábor (2003): Hozott anyagból. A magyar média romaképe. *Beszélő*, 6. sz.

Bernáth Gábor & Messing Vera (1998): *„Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában*. Budapest: Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal.

Bernáth Gábor & Messing Vera (2001): Roma szereplő a „Barátok közt”-ben: Az első fecske. *Médiakutató*, tavasz.

Császi Lajos (2005): A Mónika-show kulturális szociológiája. *Médiakutató*, ősz.

Császi Lajos (2008): A televíziós talk show története és műfaji sajátosságai. *Médiakutató*, tavasz.

Császi Lajos (2010): Műfaj-és narratívaelemzés a médiakutatásban. Egy Mónika-show szövegének „közeli olvasata”. *Médiakutató*, tavasz.

Csepeli György & Fábián Zoltán & Sik Endre (1998): Xenofóbia és a cigányságról alkotott vélemények. In: Kolosi Tamás & Tóth István György & Vukovich György (szerk.): *Társadalmi riport 1998.* Budapest: TÁRKI.

Csepeli György & Simon Dávid (2001): Becoming a Member of a Group. *Dialógus*, 1. sz.

Dupcsik Csaba (2009): *A magyarországi cigányság története.* Budapest: Osiris Kiadó.

Erőss Ferenc (1997): Előítélet és etnicitás. In: *Magyar Tudomány*, 6. sz.

Freud, Sigmund (1962): *Civilisation and its Discontents.* New York: Norton.

Gerő András & Szilágyi-Gál Mihály & Bernáth Gábor & Monori Áron (2002): Gyűlöletbeszéd a mai magyar sajtóban. Kerekasztal-beszélgetés. *Médiakutató*, tavasz.

Hall, Stuart (1995): The Whites of Their Eyes – Racist Ideologies and the Media. In: Gail Dines & Jean M. Humez (eds.): *Gender, Race and Class in Media*. London: Sage.

Illouz, Eva (2003): *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery.* New York: Columbia University Press.

Ladányi János & Szelényi Iván (1997): Ki a cigány? *Kritika*, 12. sz.

László Miklós (2005): Hírműsorok generációs szemmel. *Médiakutató*, tél.

Lázár Guy (1996): A felnőtt lakosság nemzeti identitása a kisebbségekhez való viszony tükrében. In: Terestyéni Tamás (szerk.): *Többség – Kisebbség. Tanulmányok a nemzeti tudat témaköréből.* Budapest: Osiris Kiadó & MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Lowney, Kathleen (1999): *Baring Our Souls: TV Talk Shows and the Religion of Recovery.* New York: Aldine.

Messing Vera (1998): Nemzeti és etnikai kisebbségek képe a magyar sajtó híreiben. *Jel-Kép,* 4. sz.

Nézőpont Intézet (2008): A kulcsszó: közbiztonság? *Heti Válasz* 2008. augusztus 27.

ORTT (2010): A televíziós hírműsorok romaképe a konfliktusok tükrében. In: ORTT: *Beszámoló az Országos Rádió és Televízió testület 2009. évi tevékenységéről*. Budapest: ORTT.

Pócsik Andrea (2007): Közszolgálatiság és diskurzus. Az olaszliszkai tragédia a médiában. *Beszélő*, 5. sz.

Progresszív Intézet (2009): *Cigányellenesség a magyar társadalomban*. 2009. február 15. http://portal.c-press.hu/200902154240/belfold/progressziv-intezet-ciganyellenesseg-a-magyar-tarsadalomban.html (utolsó letöltés 2010. március 11.).

Sveinsson, Kjartan Páll (2008): *The Tale of Two Englands – 'Race' and Violent Crime in the Press.* http://www.runnymedetrust.org/uploads/publications/pdfs/TwoEnglands-2008.pdf (utolsó letöltés 2010. március 11.).

Siklaki István (1997): A főcímek demagógiája. *Jel-Kép*, 2. sz.

Szabó Gyöngyi (2006): A Hajós-jelenség. *Médiakutató,* ősz.

Tárki (2006): *Továbbra is erős roma-ellenes előítéletek*. http://www.tarki.hu/tarkitekinto/20060201.html (utolsó letöltés 2010. február 26.).

Terestyéni Tamás (2004): A sajtó roma vonatkozású tartalmai a 2002-es parlamenti választások kontextusában. *Médiakutató*, nyár.

Timberg, Bernard (2002): *Television Talk: The History of Talk Shows*. Austin: University of Texas Press.

Tolson, Andrew (2001): Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle. Mahwah, N. J.: Erlbaum.

Trachte-Huber, Wendy E. & Stephen K. Huber (1996): *Alternative Dispute Resolution: Strategies for Law and Business.* Cincinnati: Anderson Publishing Co.

Vicsek Lilla (1997): Cigánykép a magyar sajtóban (1995. március–június). *Szociológiai Szemle*, 3. sz.

Lábjegyzetek

1

A kibeszélő show-k hatásait elemző fókuszcsoportos vizsgálatok során elhangzott tipikus vélemény a Mónika-show-ban szereplő romákról.

2

2009. január 30-án dr. Pásztor Albert miskolci rendőrkapitány a következő nyilatkozatot tette: „a közterületi rablások – amik ilyen erőszakos jellegű rablások – elkövetői cigány emberek. Igazából Miskolcon azt kell, hogy mondjam, hogy legfeljebb pénzintézetet vagy benzinkutat rabol ki magyar, minden más rablás viszont az ő részük." A kijelentés miatt Draskovics Tibor igazságügyi és rendészeti miniszter a rendőrkapitány lemondatását kezdeményezte, azonban a közvélemény és a pártok helyi szervezeteinek nyomására visszahelyezték tisztségébe a kapitányt.

3

2009. február 7-én éjjel egy szórakozóhely előtt megkéselték Marian Cozmát, az MKB Veszprém kézilabdázóját. A gyanúsítottak „cigány" elkövetőkként jelentek meg a nyilvánosságban, és a gyilkosság által kiváltott felháborodás a médiában cigányellenes kirohanásokhoz, az internetes fórumokon rasszista gyűlöletkampányhoz vezetett. A magyar nyilvánosságban tényként jelent meg, hogy a veszprémi gyilkosok és egy tavaly nyáron Siófok belvárosában erődemonstrációt tartó szervezett bűnözői csoport tagjai között jelentős az átfedés. Mindez további munícióval szolgált a hazai nyilvánosságban a „cigánybűnözés" létezését és a romák által elkövetett bűncselekmények elviselhetetlen növekedését vizionáló politikusi és értelmiségi körnek.

4

Az ORTT Műsorelemző osztálya által végzett vizsgálatokban való részvételével írásunk elkészítéséhez értékes segítséget nyújtott Baranyai Eszter, Chikán Linda, Kruchina Vince, Monostori Gabriella, Rajczy Szilárd, Rózsa Andrea és Szigeti-Bozó Szilvia. A mediációs vizsgálatot Balogh Eszter készítette, a fókuszcsoportos felmérést és az eredmények feldolgozását a Forsense Piackutató és Stratégiai Tanácsadó Intézet végezte el.

5

Lásd például a Kód Piac-, Vélemény- és Médiakutató Intézet elemzése, *Magyar Hírlap*, 1998. január 13.

6

2006. október 15-én egy tiszavasvári férfi kocsijával a falun áthajtva elsodort egy elé lépő helyi cigány kislányt. Ekkor autójával megállt, hogy meggyőződjön róla, a gyermeknek nem esett baja. Bár a kislány valóban nem szenvedett sérülést, annak hozzátartozói rátámadtak az autóvezetőre, kirángatták a volán mögül és gyermekei szeme láttára halálra ütlegelték. Az eset kapcsán jogerősen nyolc személyt ítéltek el különös kegyetlenséggel elkövetett csoportos emberölés bűntette miatt, hármat életfogytiglani börtönbüntetésre. A bűncselekmény cigány–magyar konfliktusként jelent meg a magyarországi közbeszédben (lásd pl. ORTT, 2010: 326-334).

7

Ezen elv alapján vezette be a németországi sajtó önszabályozó nonprofit szervezete, a Német Sajtótanács (Deutscher Presserat) azt a gyakorlatot, hogy a bűnügyi tudósításoknál nem jelölik az etnikai hovatartozást (Bernáth & Messing, 1998: 48). Hasonló megfontolásokat tartalmaz a brit Újságírók Országos Szövetsége (National Union of Journalists) etikai kódexe, amely kimondja, hogy „a szereplő faji (etnikai) hovatartozása csak abban az esetben említendő, ha az valóban fontos." Lásd: NUJ guidelines on race reporting (http://www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=648; utolsó letöltés: 2010. március 30.). Ugyanezt az elvet követi a kisebbségi és az adatvédelmi ombudsman 1997-ben kiadott közös állásfoglalása, amely a nemzeti és etnikai kisebbségekről szóló, valamint az adatvédelmi törvénnyel ellentétesnek ítélte a bűnügyi tudósításoknál az etnikai hovatartozás nyilvánosságra hozatalát (Bernáth, 2003: 38).

8

Ezekhez lásd az 1. és 2. számú lábjegyzeteket.

9

A szórakoztató műsorokból a romák mellett a többi magyarországi nemzeti kisebbség képviselői is hiányoznak (Bernáth & Messing, 1998: 21).

10

A talk show-k történetéről, fejlődéséről, funkcióiról és jellemzőiről lásd például Császi (2005; 2008; 2010), Illouz (2003), Lowney (1999), Szabó (2006), Timberg (2002), Tolson (2001).

11

Mónika – a kibeszélő show. http://www.rtlklub.hu/musorok/monika/cikk/190895 (utolsó letöltés: 2010. március 29.).

12

http://tv2.hu/joshibharat/cikk/kerje-bharat-segitseget (utolsó letöltés: 2010. március 29.).

13

Stuart Hall megfogalmazása szerint a média termékei „a társadalmi világ reprezentációi, képek, leírások, magyarázatok és keretek annak megértéséhez, hogy milyen a világ, és miért működik úgy, ahogy mondják, és ahogy bemutatásra kerül a működése". Az idézetet Bernáth Gábor és Messing Vera fordításában közöljük (Bernáth & Messing, 2001: 7).

14

A befogadás-vizsgálattal foglalkozó szakirodalom a „mindless reading" kifejezéssel írja le a jelenséget, amelynek lényege, hogy az érzelmekre ható megfogalmazás a befogadóból annak előítéletein alapuló automatikus reakciót vált ki, ez felszínes, gyors és torzított információfeldolgozáshoz vezet, és ellehetetleníti a tárgyilagos mérlegelést (részletesen lásd Siklaki, 1997: 101–108).

15

„Valamely nemzeti, etnikai csoporthoz, kisebbséghez való tartozás vállalása és kinyilvánítása az egyén kizárólagos és elidegeníthetetlen joga." 1993. évi LXXVII. törvény a nemzeti és etnikai kisebbségek jogairól; http://www.mtaki.hu/docs/cd2/Magyarorszag/6-1-2.htm (utolsó letöltés 2010. március 1.).

16

Annak a társadalomkutatók széles körében elterjedt módszernek az analógiájára, miszerint „cigány az, akit

nem cigány környezete annak tart” (lásd például Dupcsik, 2009: 19).

17

A talk show-k egy adáson belül általában legalább két vagy három különálló „beszélgetésre” (szegmensre) tagolódnak.

18

Az ORTT Műsorfigyelő és -elemző osztálya által vizsgált műsorok közül nyolc, a romák talk show-beli reprezentációja szempontjából tipikus jelenetet ismertetünk. Ezeket a Mónika-show március 30-ai, szeptember 21-ei és október 8-ai, valamint a Joshi Bharat május 25-ei, június 2-ai, szeptember 14-ei, október 12-ei és október 16-ai műsoraiban mutatták be. A szegmensek közül csak azokat tettük tartalmi elemzésünk tárgyává, amelyekben romák szerepeltek. (Több esetben előfordult, hogy explicit módon megjelent a szereplők etnikai hovatartozása.)

19

A „Joshi Bharat” kifejezést beírva a video harmadik találatként jelenik meg: Joshi Bharat – A roma bunyó 2009 05 25 (verekedés); http://www.youtube.com/watch?v=ne5DKEA2tL0 (utolsó letöltés: 2010. április 9.).

20

A megszaporodó nézői panaszok és a normasértések miatt az ORTT konzultációt kezdeményezett az érintett műsorszolgáltatókkal. Ennek során a televíziók ígéretet tettek arra, hogy önszabályozás keretében etikai kódexet dolgoznak ki, amelyben vállalják a fizikai és verbális agresszió megszüntetését, a kiskorúak szerepeltetésének minimalizálását, a deprimált társadalmi rétegek árnyaltabb bemutatását a műsorokban.

21

Lásd a „mindless reading”-ként ismert, a nézői előítéleteken alapuló automatikus befogadói reakciót a 13. jegyzetben.

22

A vizsgálat négy fókuszcsoportra terjedt ki, Budapesten, Miskolcon, Pécsen és Szerencsen. A csoportok résztvevői a műsorokat legalább heti rendszerességgel néző, 18–59 év közötti, alacsony iskolai végzettségű, alacsony jövedelmű és társadalmi státusú személyek voltak (az AGB Nielsen Médiakutató Kft. rendszeres mérései szerint a kibeszélő show-k nézői között ez a réteg erősen felülreprezentált). A vizsgálati módszer – a téma érzékenységéből és a megkérdezettekben jó eséllyel jelentkező megfelelési kényszerből adódó konform válaszok elkerülése és a valós vélemények megismerése érdekében – projektív eljárásokat tartalmazott: szabad asszociációs módszert, montázsalkotást és úgynevezett face-játékot. A kutatásról készült részletes elemzés az ORTT honlapján olvasható: Kvalitatív vizsgálat a Mónika show és a Joshi Bharat című műsorok nézői körében. http://www.ortt.hu/elemzesek/21/1261491035kvalitativ_ortt_20091222.pdf (utolsó letöltés: 2010. március 29.).

23

Ez a megállapítás egybeesik az ORTT tapasztalataival. A Mónika-show-ban a konkurens program, azaz a Joshi Bharat 2008-as őszi indulásával, illetve a két talk show azonos idősávba kerülésével (2009. február) párhuzamosan váltak egyre gyakoribbá a médiahatósághoz érkező nézői panaszok, amelyek a műsorban megjelenő szélsőséges tartalmakat (trágár mondatok, erőszakos jelenetek, valamint a konkrét verbális és fizikai agresszió, a verekedés) kifogásolták.

24

A mediációs vizsgálat elméleti keretét az úgynevezett Alternatív Vitarendezés (ADR, Alternative Dispute Resolution) konfliktuskezelési iskola adja, amelynek legismertebb konfliktuskezelési módszere a mediáció vagy közvetítés, a tanácsadás és a facilitálás (Trachte-Huber & Huber, 1996). A módszer lényege az, hogy a konfliktusban érintett szereplők között egy pártatlan harmadik személy próbál mindkét fél számára elfogadható megoldást találni. A mediátor elsődleges feladata, hogy a vitázó felek között békét teremtsen, hogy egyáltalán képesek legyenek a diskurzusra. A konfliktusokat feldolgozó talk show-k műsorvezetői hasonló szerepet játszanak (legalábbis ezt ígérik), céljuk szintén a konfliktus okainak tisztázása és valamilyen megoldás megtalálása (Balogh, 2009: 1).?

25

Lásd a 21. sz. lábjegyzetet.

26

A saját csoport és a más csoportok közötti határvonal meghúzása és a különbségek megfogalmazása elengedhetetlen része a csoporttudat kialakításának. A saját csoporthoz közeli és sok mindenben hasonló más csoportok és egyének gyakran hevesebb reakciókat váltanak ki, mint az egyértelműen különbözőek. A jelenséget nevezi Freud „a kis különbségek nárcizmusának” (Freud: 1962: 61).

27

2009. február 23-án hajnalban Tatárszentgyörgyön sörétes puskával agyonlőttek egy 27 éves roma férfit és ötéves kisfiát, miután Molotov-koktélt dobtak a házukba. Két másik gyermek súlyos sérüléseket szenvedett. A támadás körülményei egy sorozatba illeszkedtek: 2008. július 21-én Galgagyörkön, augusztus 8-án Piricsén, szeptember 5-én Nyíradonyban, szeptember 29-én Tarnabodon, november 3-án Nagycsécsen, december 15-én Alsózsolcán ért hasonló támadás roma családokat. A merényletsorozat a tatárszentgyörgyi gyilkosság után is folytatódott: 2009. április 22-én Tiszalökön, augusztus 3-án Kislétán követtek el hasonló bűncselekményeket. 2009. augusztus 21-én a rendőrség a támadássorozat elkövetésének alapos gyanújával őrizetbe vett négy személyt, akiket a bíróság előzetes letartóztatásba helyezett.

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

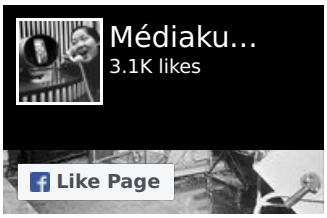
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017. Impresszum Szerzőinkhez

Médiakutató 2010 nyár

Hatáskutatás

Császi Lajos – Istvánffy András:

A Makrancos hölgytől a Big Brotherig

A frankfurti és a birminghami iskola

2009. november 9-én a Tudomány Ünnepe alkalmából a Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kara és a Médiakutató pódiumbeszélgetést rendezett „Válság és innováció a médiakutatásban – A frankfurti és a birminghami iskola” címmel. A beszélgetés során Császi Lajost, az MTA Szociológia Kutatóintézetének munkatársát és Istvánffy András kommunikációs szakembert Bajomi-Lázár Péter médiakutató kérdezte arról, miért dominálja ma is a frankfurti iskola a médiáról és a médiapolitikáról szóló közbeszédet, és miért nincsenek rá hatással az olyan újabb médiakutatási paradigmák, mint a birminghami iskola.

Médiakutató: A médiáról való közgondolkodás fősodrát a mai napig a frankfurti iskola hagyományaiban gyökerező szemlélet határozza meg. Theodor Adorno, Max Horkheimer, később Jürgen Habermas nyomán terjedt el az a felfogás, hogy a média hatalom, olyan eszköz, amely képes befolyásolni a közvéleményt és a közgondolkodást. Az e felfogásban gyökerező normatív médiakritikai szemlélet előbb a társadalomtudományi diskurzusban honosodott meg, majd – a közszolgálati televízión, a templomon, a minőségi sajtón és az iskolán keresztül – átszivárgott a közbeszédbe is, és ma a nagyközönség zöme is ennek szellemében gondol a médiára. Sokan vélik úgy, hogy a médiának nevelő szerepet kellene játszania, el kellene vinnie a tudást, az ízlést és az erkölcsöt az emberek otthonába.

A problémát az jelenti, hogy a média nem így működik. Az újabb kutatások – különösen az 1970-es évek eleje óta – zömmel arról szólnak, hogy a médiának nincs kimutatható vélemény- és viselkedésformáló hatása, pontosabban: e hatás irányát és mértékét nem lehet előre jelezni. A frankfurti iskola fénykora, vagyis a 20. század közepe óta átalakult a médialátkép is: a közszolgálati média elvesztette monopóliumát, megjelentek a kereskedelmi médiumok, a minőségi sajtó példányszáma csökken, a bulvárlapoké növekszik vagy stagnál. Az a hagyományos gondolkodásmód, amely a média működését a frankfurti iskola nyomán a hatásparadigma, a polgári nyilvánosság és a transzmissziós kommunikáció elméleti keretében modellezte, egyre kevésbé tartható. Megjelent ugyanakkor egy új médiakutatási paradigma, amelyet – némi egyszerűsítés árán – birminghami iskolának nevezhetünk, és amely a média működését már a használatparadigma, a plebejus nyilvánosság és a rituális kommunikáció elméleti keretében modellezi. Vagyis azt mondja, hogy nem a média – vagyis a média mögött álló rejtélyes erők – használják a közönséget sötét céljaikra, hanem a közönség használja a médiát saját szükségletei kielégítésére; a polgári nyilvánosság ideálja nem vesz tudomást arról, hogy az emberek többségének a nyilvánosságot a talk show-k és a bulvárlapok jelentik; a médiát pedig holmi szekuláris ritualitásként használják.

Az az érdekes, hogy az újabb kutatások és elméletek szinte teljesen ismeretlenek a nagyközönség és a médiapolitikusok zöme előtt. A média teljesítményét sokan ma is egy olyan elvárásrendszer mentén értékelik, amely távol áll attól, ahogyan az emberek a médiát ténylegesen használják. Alina Mungiu-Pippidi román szociológus egyenesen úgy fogalmazott, hogy az emberek azt várják a médiától, olyan legyen, mint az iskola vagy a templom. Vendégeinket, akiket a birminghami iskola követői közé sorolhatunk, arról kérdezem, mivel magyarázzák azt, hogy a klasszikus frankfurti iskola ma is meghatározza a közbeszédet, miközben a birminghami iskola szinte teljes mértékben érintetlenül hagyta a médiáról való gondolkodást és a médiapolitikát.

Császi Lajos: Mindnyájan tapasztaljuk, hogy ha az ember kimondja azt a szót, „média”, az már eleve ellenszenvet kelt. A közgondolkodásban valamiféle erkölcsi tisztátalanság veszi körül, eleve a morális bűnbak szerepét osztják rá, amire mindenféle bajt rá lehet kenni. Egy másik közismert jelentés szerint a morál hiányán kívül visszataszító kulturális szenny is, amely alacsonyabb rendű, mint a színház, a film vagy a könyv. Végül politikailag is kétes, mert a legkülönbözőbb hatalmakat szolgálja ki, amint azt az egymással vitatkozó politikai pártok olyan gyakran egymás fejéhez szokták vágni. A végeredmény az, hogy a közgondolkodás szerint a média minden porcikája eleve csalás és hazugság. Ez ugyanaz az alapállás, amit Péter az úgynevezett frankfurti iskoláról mondott, amely hamis tudatnak és manipulációnak aposztrofálta a médiát, mert az „a tudás, az ízlés és az értékek” átadása helyett a saját útját járja.

Abban, hogy a közgondolkodás és a reproduktív értelmiségi gondolkodás egyformán elítéli a médiát, véleményem szerint nagy szerepe van annak, hogy a reproduktív értelmiség részéről állandó uszítás és pánikkeltés folyik a média mint nem hiteles kultúra ellen, és ezt a közvélemény is átveszi. Reproduktív értelmiségi gondolkozásnak azt nevezem, amely kizárólag az elitkultúra által képviselt kánont tartja legitimnek és értékesnek a médiában is, ezért csak a már korábban kulturálisan szentesített értékek reprodukcióját tekinti feladatának. A legtöbb ember ezért úgy okoskodik magában, hogy ha a kulturális elit így beszél a médiáról, akkor biztosan jó oka van rá, és axiómának fogadja el ezt a véleményt. Igaz, hogy közben mindenki nézi, olvassa, hallgatja a legkülönbözőbb médiumokat tájékozódás vagy szórakozás vagy puszta időtöltés céljából, de annyira nem hülye senki, hogy ne vegye észre: a nyilvánosság előtt nem ildomos erről beszélni, ha nem akarja, hogy „kulturálatlannak” tartsák és lenézzék.

Ez a kulturális kirekesztés sok mindenben fellelhető, például a presztízs hiányában. Ha valaki azt mondja, hogy a Mónika-show-t vagy valamelyik valóság-show-t nézi, az nem ad rangot neki, még akkor sem, ha jól szórakozik közben, vagy érdekes megfigyeléseket tesz. Ugyanakkor, ha egy színházi előadást vagy egy könyvet említ, akkor az nemcsak kulturális, hanem társadalmi rangot is kölcsönöz neki, még akkor is, ha nem jelentett neki semmit. A médiahasználatnak természetesen nem az az egyetlen vagy pláne legfontosabb szerepe, hogy presztízs- és státusképző legyen, de azért jól mutatja a társadalmi szerepét. Ezért nézik le a sznobok alapból a médiát, és a frankfurti iskola is azért olyan népszerű a körükben, mert a reproduktív értelmiség idealizált ön- és kultúraképén alapul. Eszerint mindenfajta, általuk nem szentesített tudás csak „gagyi” és hamis tudat lehet, miközben figyelmen kívül hagyják, hogy a mindennapi életben az emberek milyen gyakran és milyen sokféle célra használják a médiumokat.

Személyes emlékem is van erről. Amikor egy vizsgálat során kérdőívben tettem fel kérdéseket, hogy néznek-e bulvárnak tekintett műsorokat, akkor az írásos válasz elutasító volt. Amikor ugyanattól a személytől a családja körében érdeklődtem ugyanezekről a műsorokról, akkor vonakodva bár, de beismerte, hogy „hébe-hóba” szokta nézni, „de csak azért mert az asszony vagy a gyerek nézi”, vagy mert „a munkahelyen is szoktak beszélni róla.” Végül, amikor mélyinterjúban került elő ugyanez a kérdés, akkor az oldott beszélgetés során kiderült, hogy kíváncsiságból vagy egyszerűen csak pihenésképpen ő maga is néz ilyen műsorokat, amelyeket egyébként nagyon érdekesen és komplexen értelmezett. Ebből is látszik, hogy minél erőteljesebb a reproduktív kulturális elit nyomása a kánon és az ezen alapuló kulturális hierarchia fenntartásában, annál kevésbé beszélnek őszintén az emberek nyilvánosan a médiahasználatukról, miközben persze a távkapcsolóval megvallják igazi preferenciáikat. Nagyon hasonló ez a politikai közvélemény-kutatásokból ismert „hallgatási spirálhoz”, amikor az előzetes felmérésektől teljesen eltérő választási eredmény születik. Közismert, hogy ennek az az oka, hogy a felmérés során a válaszolók különböző okok miatt nem merik elmondani a véleményüket, mert félnek, hogy az nagyon eltérne a többiekétől, de szavazni már a saját – addig eltitkolt – véleményük alapján szavaznak.

Istvánffy András: Péter, azzal kezdted, hogy van két értelmezése a médiának, két modell, és ezekből az egyik, a frankfurti iskola uralja a magyarországi nyilvánosságot, a médiáról folyó közbeszédet. A másik értelmezés, amelyet birminghami vagy neodurkheimi iskolának nevezhetünk, kevéssé terjedt el Magyarországon. Ennek szerintem jó példája, hogy még engem is meghívtatok erre a beszélgetésre, én ugyanis mindössze egy kutatást folytattam ebben a témában, de annyira kevéssé használják ezt a modellt, hogy már ez is feljogosít arra, hogy itt üljek... Én egy gyakorlati kutatáson keresztül jutottam ide, amikor azt próbáltam értelmezni, hogyan működik a terrorizmus médiaeseményeket generáló technikája. Először a hagyományos nyilvánosság-modellben próbáltam meg feldolgozni, de rövidesen kiderült számomra, hogy ez nem működik, így találtam meg a neodurkheimi iskolát. A kérdés az, miért nem terjedt el jobban ez a megközelítési mód.

Azt gondolom, egy lépéssel hátrébb kell kezdenünk. Nem pusztán a médiáról van ilyenkor szó, hanem a társadalom alapvető önképéről. A frankfurti iskola a felvilágosodás emberképében gyökerezik, elsősorban úgy kezeli az embert, mint alapvetően racionális lényt, és csak másodsorban mint ösztönlényt. Elsősorban úgy tekint az emberre, mint aki elsősorban individuumként létezik, és csak másodsorban közösségi lényként. A neodurkheimi iskola (talán néha kimondatlanul is) fordítva értelmezi ezt: az ember elsősorban közösségi lény, és csak azon belül individuum, és legalább annyira vagy még sokkal erősebbek a nem racionális elemek az ember tudatában, mint a racionálisak – és egy ilyen alapállásból próbálja megérteni azt, hogyan használjuk a médiát. Ezzel szemben a hivatalos önképünk és a politikai rendszerünk önértelmezése is racionális individuumok rendszeréről beszél, miközben látjuk, hogy alapvetően nem így működünk, és azok a módszerek, amelyek nem a racionális és individuális oldalunkra hatnak, gyanúsan sikeresek. A Habermas-féle modell a médiát úgy próbálja kezelni, mint racionális individuumok közös terét, ahol ezek az individuumok összegyűlnek, és megbeszélik a közösség ügyeit. A másik modell, a birminghami, szintén arról beszél, hogy a média az a színtér, ahol a közösség önmagát létrehozza, csakhogy egészen más módon. Nem racionális individuumok rakják össze önmagukból ezt a közösséget, amely valahogy rajtuk kívül létezik, hanem másfajta önteremtő munka folyik.

Médiakutató: Mintha valamiféle morális pánikról lenne szó. A médiát könnyű felelőssé tenni a különféle társadalmi bajokért: a média felel a vírusos influenzáért, az emberek állítólagos elbutulásáért, az alkoholizmusért, a prostitúcióért, a kábítószerekért... Ez pedig kényelmes álláspont a társadalomnak, hiszen ha a média a bűnös, akkor kár további okokat keresni, a társadalomnak nem kell a saját felelősségét firtatnia. Azt a felelősséget, ami abból fakad, hogy e deviánsnak tekintett magatartások hátterében komplex társadalmi okok állnak – a munkanélküliség, a kilátástalanság, az iskolázatlanság és így tovább. Kényelmesebb a médiát felelőssé tenni (és ennek a gondolkodásnak kitűnő alapot nyújt a frankfurti iskola azon vélelme, hogy annak nagy társadalmi hatása van), mint e problémákat kezelni.

Emellett a média megbélyegzésének politikai haszna is lehet. A közbeszéd tematizálásában és a közbeszéd napirendjén szereplő kérdések keretezésében két fontos játékos van: egyfelől a politikai osztály (és az ő spin doctoraik), másfelől az újságírók. E két fél nemcsak szimbiotikus, hanem élősködő viszonyban is áll egymással:

versengenek azért, hogy milyen kérdések és milyen megvilágításban kerüljenek napirendre. Ha olyan közpolitikai légkör alakul ki, amelyben a médiát a gonosz megtestesítőjének tekintik, a politikusok a médiapolitika eszközein keresztül könnyen meg tudják szorongatni a média „torkát” – mondjuk azzal, hogy pénzbírságra ítélik a kereskedelmi televíziókat, ha a Joshi Bharatban vagy a Mónika-show-ban összeverekszik egymással néhány szerencsétlen. A médiát akkor lehet rövid pórázon tartani, ha alacsony a presztízse, ha rossz a közmegítélése. Ilyenkor a politikai elitek az egyik legerősebb riválisukat tudják féken tartani – azt a riválisukat, amelynek egyébként egy demokratikus társadalomban éppen az volna a feladata, hogy számon kérje a politikusokon, miként gazdálkodnak a rájuk bízott hatalommal. Ha a média mozgástere beszűkül, nem lesz képes ellátni a politikai elitek ellenőrzésének feladatát.

Mik azok a kérdések, amikre a frankfurti iskola nem ad meggyőző választ? Mennyiben tűnik meggyőzőbbnek a birminghami iskola – a használatparadigma, a plebejus nyilvánosság és a rituális kommunikáció modellje – a média működésének leírására?

Császi Lajos: A média működését sokáig az úgynevezett transzmissziós modellek alapján magyarázták. A „szállítás” metaforáját használva az információt úgy képzelték el, mint valami szállítmányt, amit egy küldő eljuttat az egyik helyről a címzetthez egy másik helyre. Ezzel szemben a rituális modell azt hangsúlyozza, hogy a média összeköti az embereket, fenntartja a közösségeket az állandó változások közepette is, tehát nem a térbeli szállítás, hanem az időbeli folyamatosság megteremtése és fenntartása a lényege. Ezt a rituális modellt – James Carey, valamint Daniel Dayan és Elihu Katz munkái alapján – Magyarországra annak idején én hoztam be. Ezt nem dicsekvésképpen mondom, inkább keserűen jegyzem meg, mert már nem is nagyon szeretem használni a kifejezést, legfeljebb egy nagyon szűk szakmai körben. Ha az ember azt mondja, hogy rítus vagy rituális, akkor mindenki a templomokra vagy valamilyen szakrális tevékenységre gondol. A baj a rítus fogalmával az, hogy csak a média közösségteremtő erejét fejezi ki, viszont elvész belőle a média hétköznapisága, profanitása, márpedig a kettő együtt és egyszerre érvényesül.

Aligha véletlen, hogy újabban sokan a „performance” kifejezést részesítik előnyben a média „rítusai” helyett. Sajnos a „performance” kifejezéssel meg az a baj, hogy abból viszont éppen az a kollektív, morális kényszer hiányzik, ami a rítus fogalmában benne van. Ezért ahelyett, hogy az említett kifejezések pontosságán lovagolnék, a továbbiakban hadd illusztráljam a rituális kommunikáció fogalmát a kultúra két felfogása közötti összehasonlítással. A kultúra hagyományos szociológiájában a kultúrát hierarchikusan képzelik el: van az elit kultúrája, van az úgynevezett kispolgári vagy közép-kultúra, és van az alsóbb osztályok kultúrája. A kultúrafogyasztásnak erre a hierarchikus modelljére épült a közszolgálati média eszméje, amely szerint a médiának az a feladata, hogy az elit saját kultúráját – mint a „nagybetűs” kultúrát – közvetítse lefelé, a „kulturálatlan tömegeknek”. Ez az idealizált önkép heroikusnak mutatja be a reproduktív kulturális elit intézményeit és tevékenységét, amelyek mintegy a kultúrátlan tömegektől körülvéve őrzik és terjesztik az autentikus műveltséget. Ha a kultúrának ezt a hierarchikus felfogását a rituális kommunikáció integratív kultúrafelfogásával vetjük egybe, azt látjuk, hogy a rituális kommunikáció nem gondolja azt, hogy csak a reproduktív értelmiség által szakralizált kultúra az egyedüli kultúra a társadalomban, a többiek pedig kulturálatlanok. A rituális kommunikáció ezért nem abból indul ki, hogyan választja el a hivatalos kultúra megléte vagy hiánya egymástól az embereket, azaz nem az elit és a mindennapi kulturális tőkével rendelkező emberek megkülönböztetésére épít. Ellenkezőleg: a rituális modell azt nézi, hogy a média miként kapcsolja össze, miként integrálja az embereket kulturális különbségeik ellenére is egy közösség tagjaivá. És nemcsak a hivatalos kultúra közvetítését preferáló közszolgálati, hanem a mindennapi kultúrát sugárzó kereskedelmi média is.

Nagyon jó példája ennek az az elemzés, amit Hankiss Elemér írt a Népszabadságban az első *Big Brother* után. A BB első évadját 2002-ben vetítették, és ez egybeesett a politikai választások időpontjával. A kultúra hierarchikus (hivatalos) felfogása alapján a reproduktív értelmiségi elit kapásból elutasította az egyik kereskedelmi csatorna által sugárzott valóság-show-t, és indulatos kritikákban azt kultúrszemétnek minősítette, amely nem felelt meg a kulturális kánon magas követelményeinek. Hankisst viszont az érdekelte, milyen kódolt társadalmi problémák jelennek meg a valóság-show-ban, és azok hogyan kapcsolják össze a legkülönfélébb embereket. Hankiss Big Brother-elemzésének már a címe is beszédes volt: „Édenkert és Júdás-csók”. Egy biblikus metaforát használt, amely szerint a BB-ben levő valóságházak olyanok, mint az édenkert, ahol minden megtalálható, ami szemnek-szájnak az ingere, és a lakók életét sem a megélhetés kényszere határozza meg. Nem dolgoznak, hanem naphosszat beszélgetnek, szórakoznak, tehát a villa afféle kis paradicsom. Ugyanakkor a játékban minden héten kiszavaznak egyet a paradicsom lakói közül, mert a végén csak egyetlen versenyző lehet a nyertes. Ez egy elég szomorú dolog, mert a legtöbb szereplőre a bukás, a paradicsomból való kiűzetés vár. Kettős feladat nehezedik minden egyes játékosra, úgy kell egymással kooperálni, azaz a csoport megbízható tagjának lenni, hogy közben versenyezni is kell a többiekkel a bennmaradásért, az egyéni győzelemért. Innen a címben a „Júdás-csók”, amely az árulásra utal, arra, hogy a lakóknak a végén ki kell szavazniuk korábbi társakat.

Hankiss szerint a *Big Brother* – miközben szórakoztat – fontos társadalmi értékekre: a kollektív és az egyéni érdekek konfliktusának sikeres kezelésére szocializál. A műsor a nézőket sokféleképpen pozicionálja. Felkínálja a verseny izgalmának élvezetét, de a szereplőkön való átlátás és a vetélkedés mélyebb megértésének a lehetőségét is, így annak megítélését is, hogy mennyire tudnak a játékosok a konfliktusok esetén mindenki számára elfogadhatóan viselkedni. Tanulságos, hogy a rendelkezésükre álló készletből milyen stratégiát alkalmaznak céljaik elérése érdekében. Vajon az önkontroll vagy az indulatok kimutatása a sikeresebb út a boldoguláshoz? Az „egy mindenki ellen” vagy az alkalmi csoportokba verődés a jobb döntés? A show a nézőknek ráadásul újfajta részvételi lehetőségeket – telefonos szavazást, webkamerás követést, internetes fórumokat – is kínált a játékosokkal való azonosulásra vagy azok kritikájára. Vagyis a Big Brother sokkal komplexebb kulturális jelenség, mint azt a kultúra hierarchikus (hivatalos) felfogása alapján gondolni lehetne.

Hankiss azt mutatta meg, hogy a kereskedelmi tévé által közvetített populáris kultúra kreatív elemzése ugyanolyan értékes lehet, mint a kanonizált elitkultúra bármelyik alkotásának tanulmányozása. Írásának csattanója az, hogy a Big Brother éppen kulturálisan integráló funkciójánál fogva arra is képes volt, hogy összehozzon olyan nézőket, akik a politikai választások alatt összevesztek egymással. A történet szerint abban a házban, ahol Hankiss lakott, az egyik szomszéd Fidesz-szavazó volt, a másik szocialista. A politikai választások után már nem is beszéltek egymással, de később – mivel ugyannak a játékosnak drukkoltak és ugyanazokat utálták a valóság-show-ban – megint barátnők lettek. A példa jól mutatja, hogy a kereskedelmi média, amelynek minél több embert kell tudni megszólítani, hogy profitot hozzon, éppen széleskörű népszerűsége miatt képes átvágni azokat a társadalmi korlátokat, amelyeket a hagyományos elitkultúrát „lefelé" közvetítő, és ezért csak kizárólag az értelmiségi értékekre figyelő paternalista közszolgálati média műsorai meg sem érintenek.

Két dolgot szeretnék még ezzel kapcsolatban elmondani. Az egyik az, amire András már utalt, hogy az úgynevezett frankfurti iskola elképzelésével ellentétben a médiában nem lehetséges többé a racionalitás és az érzelmek, a hírek és a szórakoztatás éles szétválasztása. Hát nincsenek a hírek és a politika bulvárosítva, és vajon a bulvárban nem bújnak-e meg hírek? Vajon nem volt-e gyakran ugyanolyan a politika az elmúlt hét vagy nyolc évben Magyarországon, mint sok szappanopera, Big Brother vagy kibeszélő show? Vajon a hírekben nem politikai melodrámát láttunk, beszavazással, kiszavazással, intrikával és Júdás-csókokkal, és nem ugyanolyan bűnbánó vallomásokat hallottunk lebukott politikusoktól, mint amilyenekkel a Mónika-show-ban szoktunk találkozni? Nem is értem, hogy nálunk miért komolykodnak annyit a médiakutatók, ha politikáról van szó, és miért állítják azt szembe a szórakoztatással. Nem értem, miért nem olvassák azt egyszerűen politikai szórakoztatásnak, politikai szappanoperának, ahogy azt a legtöbb néző is teszi a képernyő előtt.

A másik dolog, amire utalni szeretnék, az Claude Levi-Strauss öröksége a médiakutatás számára. Bizonyosan sokan hallottak önök közül arról, hogy nemrég halt meg a neves francia etnográfus. Legismertebb munkája, a *Szomorú trópusok* arról szól, hogy az 1930-as években elment Dél-Amerikába a bororo indiánok közé, és őket tanulmányozta. Levi-Strauss olvasmányosan meséli el, hogy az őserdő mélyén néha elmélázott azon, mit keres ő ezek között az emberek között. Mit is csinál ő itt az Amazonas mellett, amikor az összes társa, akivel Párizsban együtt tanult, már mindenféle jó egyetemi és kormányzati pozícióban van, színházba és hangversenyekre jár, érdekes könyveket olvas, ő meg ott dekkol az őserdő mélyén egy kihalófélben lévő törzs tagjai között, akikkel ráadásul alig értik egymást? Valahogy úgy válaszolta meg magának ezt a kérdést, hogy az ő feladata az, hogy hangot adjon azoknak, akik nem tudnak magukért szót emelni. Ez a válasz túlmutat az antropológián és szerintem a populáris média kutatóinak is útmutatásul szolgál. Itt is az a feladat, hogy hangot adjunk azoknak is – a nézők többségének –, akiknek eddig a médiában nem volt hangjuk, pedig ezek az emberek semmivel sem „primitívebbek", mint a tanult emberek. Azért használom a „primitív" kifejezést, mert éppen Levi-Strauss volt az, aki kikelt a „primitív kultúra" kifejezés ellen, hangsúlyozva, hogy az archaikus bororok semmivel nem primitívebbek, mint a nyugati civilizáció emberei. Más fogalomkészletet használnak, más logika szerint érvelnek, de ugyanolyan komplex és árnyalt a gondolkodásuk, mint a mienk.

Ezt az axiómát a saját médiaetnográfiai tapasztalataim is alátámasztották. Amikor felméréseket csináltam az alacsony iskolai végzettségű emberek médiafogyasztásáról, akkor azt találtam, hogy azok egyáltalán nem olyan buták vagy olyan naiv áldozatok, mint amilyennek a frankfurti iskola kultúrelmélete vagy a reproduktív értelmiségi közvélemény elképzeli őket. A valóságot sem tévesztik össze a médiával. Mi több, praktikus kritériumok és értelmes stratégiák alapján döntik el, mi tetszik nekik és mi nem. Hangsúlyozom, ezek a kritériumok mások, mint az elitkultúra kánonjai, és a stratégiák is mások, mint a reproduktív értelmiségi értékeken alapuló érveléseink, de ez nem azt jelenti, hogy „primitívek" lennének, és azt sem, hogy mindent kritikátlanul elhinnének vagy elfogadnának. Csak éppen nem beszélnek róla, mert a használat a fontos számukra, meg különben sem kérdezi senki őket. Ha a nyilvánosság előtt véletlenül mégis megszólalnak, akkor pedig legtöbbször kinevetik őket, mert nem ismerik eléggé azokat a konvenciókat, amelyeket az elit kulturális diskurzusa használ a médiáról szóló reproduktív közbeszédben.

Istvánffy András: Egy lépést visszamegyek az elmélet felé. Azt mondtad, hogy egyrészt büszke vagy rá, hogy bevezetted a rituális kommunikáció fogalmát a magyar médiakutatásban, másrészt kicsit sajnálod is, mert túl elvont és nehezen érthető. Ugyanakkor megkerülhetetlen, mert nincs jobb szavunk rá. Tényleg nehezen érthető, mire gondol olyankor a médiakutató, amikor azt mondja, hogy a média tulajdonképpen a rítus modern formája. A mai világunkban nem nagyon használunk rítusokat, illetve azokra, akik használnak – a különböző ezoterikus irányzatokra – kicsit ferde szemmel néz a mainstream; az olyan össznépi rítusokról, mint például a karácsony, pedig nem szoktunk rítusként beszélni. Rítuson eredetileg az ünnepek rendjét értjük a tradicionális, még orális kultúrával rendelkező társadalmakban. A rituális kommunikáció elmélete is azokra a kultúrantropológiai kutatásokra épül, amelyek tradicionális körülmények között vizsgálták meg a rítusok társadalmi szerepét. Arra jutottak, hogy ezt a szerepet ma a média látja el. Azért hőkölünk egy kicsit hátra, ha a rítusról kell beszélnünk, mert a rítus valamilyen módon összekapcsolódik a szentséggel és a misztikummal. Azok a kultúrantropológusok, akik strukturálisan közelítik meg a kérdést, azt mondják, valójában mellékes, miről szól a rítus, mi a mítosz, mi az a szakrális tartalom, amelyet megpróbál átadni. A lényeg a funkciója: az, hogy a rítus hozza létre azt a társadalmi kohéziót, amelyre aztán a mindennapok épülnek. A rítus erősíti meg a társadalom értékeit, és határozza meg, mi az, ami nem tekinthető értéknek. Tehát a rítus végzi el a megbélyegzés műveletét is. Szemben a kommunikáció transzmissziós modelljével, amely szerint egy üzenetet valaki átad egy befogadónak, a rituális modell a kommunikáció részvételi aspektusát hangsúlyozza: közösen hozzuk létre a valóságot és az üzenetet. Ez megfigyelhető egy templomi szertartásnál is: nem pusztán a pap vagy a lelkész beszél, hanem a gyülekezet is rengeteg mindent végez, közösen hozzák létre a jelentéstartalmat. A rítus mindig újrajátszás, eljátszása valaminek, és ezen keresztül jön létre a valóság.

Alapvető tendencia, hogy a szentség, illetve a szakralitás a magánszférába szorult vissza, és miközben továbbra is

közösségi ügy, azt mondjuk rá, hogy nem közös valóság. A közös alap racionális, a liberális társadalomban a vallás mindenkinek szabadon választott magánügye, a szakralitást kihagyjuk a közös értékkészletből, mindenki döntse el magában, illetve a kis közösségeiben, hogy milyen szentséghez kíván kapcsolódni. Ezzel szemben a rituális kommunikációt követő iskola azt mondja, hogy egy modern társadalomnak is szüksége van közös értékekre, és arra, hogy bizonyos magatartásmintákat kizárjon magából. Ezt a szerepet a média játssza el. Azt gondoljuk, akik ebből a megközelítésmódból vizsgáljuk a média működését, hogy bármiképp is kárhoztatják a média bulvárosodását vagy a magaskultúrához nem kapcsolódó produktumait, valójában nagyon erős társadalomintegráló feladatot lát el. Éppen a bulvármédiumok és a valóság-show-k döntik el, mik azok a legitim viselkedésmódok a társadalomban, amelyeket elfogadunk, és mik az illegitim viselkedésmódok, amelyeket megbélyegzünk. A média nem pusztán a passzív befogadásról szól.

Az az érdekes, hogy a rituális kommunikáció elmélete még a televízió korszakában született, és most, hogy a hangsúly egyre inkább áthelyeződik az internetre, azt hiszem, még nagyobb legitimitása van ennek a megközelítésnek. A média nem pusztán passzív befogadásról szól, és nem is arról, hogy racionális individuumok egyenként elmondják a véleményüket, az érdekeiket, és így összekovácsolják a közakaratot, hanem nagy közösségek kollektív cselekvése, amely során együtt hozzuk létre azt, hogy mit tekintünk értéknek, és mit nem.

Császi Lajos: Hozhatnék erre egy példát? A második világháború vége felé, 1944 karácsonyán a belgiumi Ardennekben a nácik megpróbálkoztak egy páncélos ellencsapással az amerikaiak ellen. A fáma szerint a nácik egyik trükkje az volt, hogy zsákmányolt amerikai tankokat és olyan amerikai egyenruhába öltöztetett német katonákat is bevetettek, akik jól beszéltek angolul. A terv az volt, hogy megtévesszék, összezavarják az amerikaiakat. El is fogtak ilyen gyanús katonákat az amerikai katonai rendőrök, de nem volt könnyű eldönteniük, hogy ezek az amerikai uniformist viselő katonák németek-e vagy amerikaiak. A végén egy pofonegyszerű próbát találtak ki. Megkérdezték a gyanús katonákat, hogy kicsoda Miki egér és Donald kacsa. Ezzel a kérdéssel sikerült leleplezniük a németeket, mert a náci Németországban nem vetítették az amerikai rajzfilmeket, mivel azokat infantilisnek és az erkölcsi dekadencia jelének tartották. A sikeren felbuzdulva később ehhez hasonló más kérdéseket is feltettek a kétes azonosságú katonáknak. Például azt, hogy a sorolják fel néhány rögbicsapat nevét. Ez olyasmi volt, amit a rádióból és az újságból minden amerikai katona ismert, akár érdekelte közelebbről a rögbi, akár nem, de egy német már nem. Ez a példa is jól mutatja, hogyan integrálja a társadalom tagjait sokszor akaratuktól és tudatuktól függetlenül is a populáris média.

Médiakutató: Volt egy másik, magyarul is közölt kutatás, amit Ian Ang készített a Dallas című sorozatról. Ő vezette be a „tömegkultúra ideológiája” fogalmát, amely szerint a tömegkultúra szemét, a kereskedelmi rádiók és televíziók, a bulvárlapok nem képviselnek kulturális értéket. Ang szerint ennek az ideológiának az a pszichés funkciója, hogy az emberek szeretik magukat az átlagnál jobbnak tudni, az elit körébe sorolni. Annak a legegyszerűbb módja, hogy az átlagnál jobbnak tudhassák magukat, az átlagos megbélyegzése, az átlagos elítélése. Így – írja Ang Michel Foucault nyomán – az ember anélkül sorolhatja magát az elit tagjainak a sorába, hogy ennek érdekében bármilyen kreatív, innovatív, érdemi kulturális produkciót letenne az asztalra. A tömegkultúra ideológiájának – mint minden ideológiának – identitásképző szerepe van. Azok, akik ezzel az ideológiával élnek, azt személyiségük központi részének tekintik. Úgy is definiálják magukat, mint olyasvalakit, aki utálja Gáspár Győzőt, Kiszel Tündét és a többieket, mert felettük áll. Mivel identitásuk szerves alkotórészéről van szó, pozíciójukon nem képesek változtatni, mert túlságosan sok kognitív energiájukat kötné le az, hogy felülvizsgálják és revideálják álláspontjukat – bármit is mondanak a médiakutatók Győzikéről és Kiszel Tündéről –, és túlságosan kevés pszichés haszonnal járna. Ezért hajlandóak kevesen belátni, hogy a média mégsem úgy működik, ahogy azt ők gondolják.

Amikor készültem erre a beszélgetésre, újraolvastam Császi Lajosnak azt a tanulmányát, ami 2008 őszén jelent meg a Médiakutatóban, és az a címe, hogy a „Kulturális fordulat után”. Ebben azt írod, Lajos, hogy bár a közbeszédben és a médiapolitikában nem közeledik egymáshoz a két álláspont, a tudományos vizsgálatokban ma már valamiféle szintézisre törekednek a frankfurti és a birminghami paradigma képviselői. Milyen kutatások folynak ezen a téren? Milyen példák illusztrálják azt, hogy a két álláspont között hibridizáció, közeledés, konvergencia menne végbe?

Császi Lajos: A legismertebb a veterán amerikai kultúrszociológus, Richard A. Peterson felmérése a zenefogyasztásról, amelyet az 1980-as években végzett. Ez vezetett a „kulturális mindenevés” (cultural omnivorousness) téziséhez, amelynek az a lényege, hogy a zenei fogyasztás nem követi sem a társadalmi osztályok határait, sem a kultúraközvetítés hierarchikusan lefelé tartó egyirányú útját. Más szóval a kulturális elit nemcsak a magas presztízsű zenét fogyasztja, hanem mindenféle más zenét is, rockot, folkot, popot, alternatívot. Továbbá a kulturális elit nemcsak a klasszikus zenét ismeri el kizárólagosnak, és tartja azt más osztályok számára is követendő ízlésnek, hanem nagy szabadságot ad a zenei fogyasztás kiválasztásában. (Gondoljunk nálunk a Petőfi rádiónak a közelmúltban történt profilváltozására! Egy közszolgálati rádió olyan popzenét ad folyamatosan, amit korábban csak a kereskedelmi adók sugároztak.) Ezt a változást Peterson a régi „kirekesztő elit” és az új „befogadó elit” különbségének nevezte el, arra utalva, hogy a korábban alacsonyabb rendűnek tekintett zenei formákat integrálják a hivatalosan is elfogadott zenei kánonba.

Azóta ő is, mások is megismételték a vizsgálatot – nemcsak a zene, hanem a kulturális fogyasztás más területén is –, és hasonló eredményeket kaptak. Fontos megjegyezni, hogy a kulturális határátlépőket, a „mindenevőket” a leggyakrabban az elit tagjai között találták, akik sokféle ok miatt képesek a sajátjukétól eltérő másfajta kulturális termékek fogyasztására is. Ezzel szemben azok, akiknek az iskolai tőkéjük alacsonyabb volt, és/vagy kevesebb pénzzel és szabadidővel rendelkeztek, nagyobb valószínűséggel maradtak meg a saját osztályukra jellemző kulturális mintáknál. De az ízléshatárok felpuhulása ettől függetlenül minden társadalmi osztályban megfigyelhető. Vagy egy másik közismert példát említve: az angol David Morley vizsgálataiból tudjuk, hogy a tévéműsorok választásában az életstílus fontosabb meghatározó tényező, mint az osztályhelyzet, és ugyancsak ő írta le, hogy a

nők – a magasabb iskolai végzettségű nők is – jobban kedvelik a szappanoperákat, mint az azonos iskolai végzettségű férfiak. Úgy is fogalmazhatnék, hogy a kulturális fogyasztás minden területén a gyakorlatban a korábbi ízléshatárok átrendeződéséről, hibridizációjáról van szó, miközben a reproduktív kultúraelméletek még mindig a régi mantrákat ismételgetik az elitkánonról és a régi típusú közszolgálatiságról. Ebből a szempontból érdekes Thomas Khun elmélete a tudományos paradigmák változásáról. Kuhn azt mondja, hogy a paradigmák nem úgy változtak a tudományban, hogy az emberek gyűjtötték az új tapasztalatokat, gyűjtötték, gyűjtötték, és egy idő után új elméleteket kerestek ezeknek a rendszerezésére. Ellenkezőleg, egyszerűen csak elkezdték a világot másként látni, érzékelni. Nem a tények változtak meg, hanem az érzékenység, a látásmód, amely nem engedelmeskedett többé a régi elméleteknek.

Vegyünk egy példát. Ha húsz évvel ezelőtt itt ültünk volna, és a médiáról mint kultúraközvetítőről beszéltünk volna, nyilván akkor is két tábor lett volna a médiakutatók között, mint ma. Az egyik szerint a médiának igenis a hivatalos kultúra reproduktív közvetítése a feladata, a második – amelybe én is sorolom magam – a média konstruktív, integráló funkcióját hangsúlyozta volna. Az egyik szerint a média csak a hamis tudat manipuláló eszköze, a másik szerint a média a kultúra innovatív ágense. Az azóta eltelt húsz évben mindkét tábor elkezdte persze elismerni a másik oldal igazságait. Például az integráció híveinek – köztük nekem is – fel kellett ismerniük, hogy az emberek társadalmi helyzete, fogyasztási szokásai, a kultúrpolitika és a kultúripar a médiában is korlátozza a választás szabadságát, annak az információs robbanásnak az ellenére, amely kétségtelenül megsokszorozta a választási lehetőségeket. Ugyanakkor a másik tábor is kezdi elfogadni, hogy az önazonosság nyilvános produkciója ma elsősorban a szórakoztató média kulturális fogyasztásán keresztül történik, és azt is, hogy az egyéni választás konstruktív „kis szabadságkörei” a média korlátai ellenére is többé-kevésbé adottak. Világossá vált az is, hogy a szórakoztató média nem normatív módon játszik szerepet az identitásban, mint a régi közszolgálati média, hogy alapvetően elfogadom vagy elutasítom amit látok, hallok, olvasok, hanem a hangsúlyt a rengeteg átmeneti kombinációra teszi, amely az elfogadás és az elutasítás között van. Például úgy, hogy lenézek valakit azért, amit a médiában csinál, de azért szórakoztatónak tartom, vagy úgy, hogy együtt érzek valakivel, akit látok vagy hallok, anélkül, hogy azt, amit tesz, követendőnek tartanám a magam vagy mások számára. Vagy úgy, hogy valakinek az esetét tájékozódás céljára használom, bár tudom, hogy ez csak az érem egyik oldala, vagy úgy, hogy részben tetszik vagy nem tetszik valakinek a modora, az öltözete, függetlenül attól, amit képvisel. Más szóval mindenki számára világos lett, hogy a média számtalan részleges azonosulási vagy kritikai álláspontot kínál fel az identitás mediatív konstrukciójára. Körülbelül ez az a pont, ahol most ez a két irányzat valahogy kibékült egymással, bár a hangsúlyt továbbra is máshová teszik.

Istvánffy András: Kiegészíteném annyival, hogy a rituális kommunikáció elmélete nem tagadja a hierarchia vagy a hatalom szerepét a rítusok létrehozásában. Mindig vannak kiemelt pozíciók, ahonnan döntéseket lehet hozni arról, mi fog rítusként létrejönni, mi szerepelhet benne, mi fog pozitív, mi fog negatív előjellel megtörténni a rítusban. Folyamatos hatalmi harc folyik azért, hogy ki birtokolja ezt a pozíciót. Régen a különböző papi csoportok kezében volt, aztán megpróbált betörni erre a területre az állam. Ez egy hosszú sztori, de szerintem erre vezethető vissza, hogy miért ennyire frusztrált az értelmiség a kereskedelmi médiával kapcsolatban. Az értelmiség elvesztette azt a privilegizált pozícióját a társadalom közbeszédének a meghatározásában, amely a korábbi médiamodellekben még megvolt, különösen a 19. században és a 20. század elején, és amelyet itt érdekes módon nagyon sokáig fenntartott a létező szocializmus, amely privilegizálta a klasszikus magaskultúrát, és azt próbálta terjeszteni. Ezután hatalmas sokk volt a kereskedelmi média gyors és radikális megjelenése, és azt kellett átélniük, hogy most egy tévéproducernek vagy egy reklámszakembernek nagyobb szerepe van a társadalom értékrendjének alakításában, mint egy klasszikus értelmiséginek: mint egy írónak vagy egy egyetemi oktatónak. Ez hatalmi harc. Az internet pedig még inkább megfosztja a hagyományos értelmiséget a privilegizált szerepétől. A televízió hatalmas infrastruktúrát és költségvetést igényel, ami leszűkíti azok körét, akik döntéshozó pozícióba kerülhetnek. Ezzel szemben az internetes kultúra sokkal inkább az egyéni kreativitáson vagy egy kis csoport ügyességén múlik. Nem lehet megjósolni, hogy holnap milyen újdonságok fognak felbukkanni a neten. A magyar közéletben például senki se számított arra a retorikai forradalomra, amit a kuruc.info hozott az utóbbi pár évben. A közbeszéd hangsúlyainak áthelyezését, és annak megváltoztatását, hogy az emberek milyen kifejezésmódokat tartanak megengedhetőnek, el tudta végezni egy, az establishmenten kívüli portál. A kuruc.info hasonló szerepet tölt be a politikában, mint a médiában a Mónika-show: senki sem szeret arról beszélni, hogy milyen sűrűn néz rá, hogy a kocsmában azért idézget egy-egy ütősebb kifejezést, viszont hihetetlen módon elterjedt, úgy, hogy lényegében semmilyen infrastruktúra nincs mögötte. Az interneten folyó hatalmi harc azért, hogy ki határozza meg a közbeszédet, és hogy milyen értékek és normák vállalhatók, még inkább megfosztja az értelmiséget attól a klasszikus szerepétől, amelyet a privilegizált intézmények adtak neki.

Médiakutató: Az értelmiség mindig is frusztrált volt, mindig is könnyeket hullatott a kultúra hanyatlása miatt, száz és háromszáz évvel ezelőtt is. Mindig azt gondolta, hogy a társadalom a szakadék szélén áll. Vitatkozom azzal, hogy az értelmiség szerepe tényleg gyengült volna az értékek definiálása terén. Inkább sajátos képmutatást látok a társadalom részéről: azt tudniillik, hogy az értékek definiálásában még mindig az értelmiség van kulcspozícióban (hiszen az emberek azt visszhangozzák, hogy a Postás Józsi vagy a Jódli Csocsesz milyen vacak, ez pedig az értelmiség fősodrának álláspontját tükrözi), de a közönség mégiscsak a Dáridó-jellegű esztrádműsorokat, karneválokat követi figyelemmel. Elválik egymástól a nyilvánosan vállalt vélemény és a magánszférában követett magatartás – leszólom a Győzikét, de megnézem a Győzikét. Ez nyilvánvalóan a nagyközönség fejében is disszonanciát okoz, amit nehéz feloldani. E disszonancia feloldását szolgálják azok a „tudományos” érvek, amikről Lajos a Mónika-show kapcsán írtál a Médiakutató 2005. őszi számában: megpróbálják megmagyarázni, miért nézik a Mónika-show-t, amikor azt egyébként nem illene nézniük.

Császi Lajos: Ezt egy nagyon fontos kérdésnek tartom. Valóban, mi is legyen akkor a médiakutató értelmiségnek a viszonya a médiához? Mert hiszen mi értelmiségiek vagyunk, és én nem mondom azt, hogy vetkőzzünk ki magunkból, és felejtsük el a reproduktív értelmiségi ízlésünket, dobjuk sutba az értékeinket és feltétel nélkül

azonosuljunk a populáris műsorokkal. Nem hiszem, hogy ezt kellene tennünk, de az értelmiségi sznobságot sem tartom járható útnak a médiakutatásban. Zygmund Bauman angol szociológus írt arról, hogy ő két modelljét látja az értelmiségnek: a törvényhozói (normatív) és az interpretatív (tolmács) értelmiségit. Az első a kultúra hierarchikus modelljében gondolkozik, amelynek a csúcsán a hivatalos kultúra áll, a reproduktív értelmiségi pedig az ízlés helytartója. A második modell az ízlésdemokráciáé, amelyben az innovatív értelmiségi tolmácsol és közvetít az egymás mellett létező különböző kultúraféleségek között.

Számomra a tolmács konstruktív értelmiségi modellje imponálóbb, azé, aki nem a kulturális kánonon alapuló értékek reproduktív kinyilatkoztatója, hanem nyitott és konstruktív hozzáállással keresi az értékteremtés újszerű formáit a mindennapi kultúrában is. Vagyis nemcsak az elismert magas kultúra reproduktív közvetítője kíván lenni a lenézett populáris kultúra felé, hanem a másik irányban is tolmácsolni akar, amikor a populáris kultúra rejtett összefüggéseit is közvetíti a magas kultúra felé. Nem kiszélesíteni, hanem csökkenteni akarja a magas és a populáris kultúra közötti különbséget, felhívja a figyelmet a hasonlóságokra, az átfedésekre, a kapcsolódásra. A médiakutató innovatív/tolmács szerepe ebben a helyzetben az, hogy saját értelmiségi háttértudása alapján igyekezzék a reproduktív beállítottságúaknál nyitottabban és mélyebben megismerni a populáris média világát, úgy, hogy azzal egyaránt gazdagítsa a magas kultúráról és a populáris kultúráról való korábbi tudásunkat. Nem az elhatárolódás, a hierarchia és a sznobság alapján közelít a médiához, hanem a kíváncsiság, a párbeszéd, a megérteni akarás dominál a munkájában, amint azt Hankiss Elemér a Big Brother példáján is illusztrálta. Hankiss innovatív bravúrja abban állt, hogy egy bibliai metaforát hívott segítségül a kereskedelmi tévé egy népszerű, ám alacsony presztízsű műsorának elemzéséhez, kimutatva a közöttük lévő kulturális folyamatosságot és átfedéseket.

Hadd említsek egy másik példát is az innovatív médiakutatásra, amely a magas és a populáris kultúra határainak az állandó mozgását és relativitását világítja meg. John Hartley-nak van egy írása, amely Shakespeare *Makrancos hölgy*ének irodalmi karrierjét úgy mutatja be, mint amely az idők során számos kulturális és műfaji határt átlépett, miközben egy percre sem szűnt meg népszerűnek maradni. Keletkezésének időpontjában, 1590 körül a meglehetősen szabad szájú *Makrancos hölgy* és a Globe színház egyszerre kívánt mindenféle rendű és rangú emberhez szólni – a nemességhez és az utca népéhez is –, vagyis mai fogalmaink szerint népszerű, azaz populáris volt. És persze a színház is „kereskedelmi” vállalkozás volt – teszi hozzá Hartley némi éllel –, hiszen a bevételből éltek a színészek és a színdarabok írói. Csak a 19. század elején vált Shakespeare a magas kultúra kánonjának részévé, és azzá a „piszkos” piaci szempontokon felülemelkedő – mert állami szubvenciót élvező – klasszikussá, akinek ma ismerjük. De ezzel egy időben folytatódott a drámának a korábbi populáris karrierje is, a drámaíró népszerűsítése érdekében az 1800-as évek elején előbb az angol Charles és Mary Lamb gyermekmeséket írt a történetekből, majd sok-sok kevésbé ismert átdolgozás után Cole Porter készített 1948-ban musicalt *Csókolj meg, Katám* címmel. 1967-ban Zefirelli csinált belőle népszerű és a kritikusok által is jegyzett játékfilmet, Liz Taylorral és Richard Burtonnel a főszerepben. A Szovjetunióban többször is feldolgozták: előbb egy termelési drámát, majd balettet írtak belőle, amelyet a Bolsoj is játszott. 1999-ben *Tíz dolog, amit utálok benned* címmel szórakoztató amerikai tinifilm készült a *Makrancos hölgy* aktualizált történetéből, amit azóta a tévében is többször játszottak. De az ausztrál Hartley ebbe a sorba helyezi az általa figyelemmel kísért ausztrál Big Brother 2-ben szereplő Katrina Miani esetét is. Katrina, a villa egyik női lakója ugyanolyan ellenszenves alaknak mutatkozott be a játékban, mint Shakespeare makrancos hölgye a színdarab elején. Ez a 20 éves, önmagától kissé elszállt játékos, aki magát fontoskodva „Audrey Hepburn és egy anyafigura keverékének” látta, mindenkiről vaskos előítéletek szerint beszélt. Katrina Miani természetesen nagyon hamar kiesett a játékból, de Hartley, aki követte a bulvársajtóban a játékosok későbbi pályafutását, meglepve vette észre, hogy a fiatal nő a show-ból mégis megváltozva került ki, akárcsak Shakespeare makrancos hölgye a darab végén. Szembenézve önmagával, Katrina Miani gondolkozó emberré érett, aki helyesen vonta le a tanulságokat csúfos tévészerepléséből, miközben bízott az újrakezdés lehetőségében is, amikor azt mondta, hogy „Az igazi játszma idekint vár rám”. Hartley, a tolmácsoló értelmiségi innovatív modelljét alkalmazó médiakutató – az „ízlésdemokrácia” kifejezés is tőle származik – ezzel a történeti áttekintéssel azt mutatta meg, hogy ugyanazokhoz a tanulságokhoz egészen különböző műfajokon és különböző médiaformákon keresztül is el lehet jutni.

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

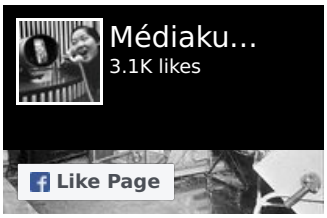
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017. Impresszum Szerzőinkhez

Médiakutató 2010 nyár

Hatáskutatás

Myat Kornél:

Médiaelméletek és a késő-modern médiakörnyezet

Miért nem jók a modernista megközelítések a késő-modern médiakörnyezet vizsgálatához?

„…megemlíthetném, hány órát tölt a globalizálódott világpolgár naponta a tévé előtt vagy rádiót hallgatva, újságokat lapozgatva, nem szólva az egyre növekvő internetezéssel töltött időről. Lejegyezhetném, hogyan változnak ezek az adatok, ha északról délre haladunk a glóbuszon, illetve országonként, az anyagi és szimbolikus erőforrásokhoz való hozzáférés függvényében. Sorra vehetném a mennyiségi mutatókat, a globális szoftvereladási adatokat, a tévénézés és videokölcsönzés, illetve a számítógép elterjedtsége terén mutatkozó különbségeket. Elgondolkodhatnék a változás folyamatából kirajzolódó szabályszerűségeken, sőt kellő vakmerőséggel még akár jóslásokba is bocsátkozhatnék a jövő fogyasztási trendjeit tekintve. Ha azonban ezt tenném, vagy akár az itt felsoroltak bármelyikét, azzal éppen csak a médiakultúra legfelsőbb rétegét kapargatnám meg némileg…”

Roger Silverstone (2008: 16)

Mára szinte mindennapossá vált, hogy egy felhasználó mobiltelefonnal készített felvételét hírműsorokban, hírportálokon egy eseményt dokumentáló képi anyagként látjuk viszont. A Twitteren keresztül a felhasználóknak köszönhetően pillanatokon belül értesülhetünk természeti katasztrófák – például földrengések, hurrikánok – megtörténtéről. Egy politikus bakija a YouTube-ra feltöltve, majd a Facebookon, a Twitteren megosztva milliókhoz azonnal eljutó és általuk különböző fórumokon kommentálható tartalommá válik. A minket körülvevő médiakörnyezet láthatóan megváltozott, több ponton eltér a korábbi elméletek által vizsgáltaktól. Más működési szabályok és más vizsgálandó problémák jellemzik. Jogosan vetődik fel tehát a kérdés, miként lehet megváltozott jelenségeit vizsgálni, milyen módszerekkel és kutatói kérdésekkel érdemes megközelíteni. Jelen tanulmány amellett érvel, hogy a média modernista megközelítései – amelyek a mai napig meghatározzák a médiáról való gondolkodást – nem képesek kielégítő módon leírni a média és a társadalom, valamint a média és a befogadó jelenlegi viszonyát. A média társadalomtudományi keretben végzett empirikus hatáselméleti vizsgálatai, a kutatások során mért és kódolt több millió percnyi műsoridő, a csupán társadalmi reprezentánsként kezelt, számokkal és változókkal helyettesített befogadó, illetve a frankfurti iskola ideologikus, elitista, paternalista tömegkultúra-kritikai megközelítése, amely a tömegmédia tartalmainak a magas kultúra szempontjából történő minősítő elemzésére szorítkozott, nem alkalmas a minket körülvevő komplex médiakörnyezet leírására. Jelen írás célja az, hogy a késő-modern médiakörnyezet jellemzőit áttekintve, majd a médiáról való gondolkodást meghatározó elméletek állításait bemutatva a késő-modern média lehetséges megközelítéséhez próbáljon néhány használható szempontot adni.

1. A késő-modern médiakörnyezet fogalma

A „médiakörnyezet”-et a „média” általános megnevezésnél árnyaltabb, az egy adott időszakban meghatározó médiu-mok összességét jelölő fogalomként használom, eltérően Neil Postmantól, aki a médiakörnyezet fogalmát a médiahasználókat meghatározó, a különböző médiumokhoz kötődő eltérő médiahasználati módokat előidéző környezetbeli sajátosságok megjelölésére alkalmazza (Postman, 1993). A *késő-modern médiakörnyezet* fogalma a minket körülvevő, egymással összekapcsolódó, komplex és hibrid médiumok hálózatát jelöli, amely a társadalmi és kulturális környezettel kölcsönhatásban a tapasztalatok egyfajta táraként működik, kulcsszereplője pedig a jelentés- és identitáskonstruáló médiahasználó. Míg a *modern médiakörnyezetet* az őstelevízió határozta meg, amelyet egy hatásközpontú strukturalista, valamint a frankfurti iskola[1] marxista kritikai megközelítése övezett, addig a *posztmodern médiakörnyezet* részben felszabadított befogadóját a populáris tartalmakat sugárzó kereskedelmi neotelevízió szórakoztatta, amelyet a jelentést felszabadító és a populáris kultúrát a kutatásba bevonó birminghami iskola által képviselt kritikai kultúrakutatás (cultural studies), valamint a kommunikáció rituális modelljére épülő performatív hatás elmélete magyarázott. A késő-modern médiakörnyezet fogalma a mai

médiát a modern és a posztmodern médiától elkülönülő, attól eltérő jellegzetességek mentén leírható jelenségként kezeli (lásd még az 1. táblázatot a dolgozat végén). [2]

Jelen megközelítés szerint a média eredendő, természetes sajátossága a folyamatos változékonyság, amely a médiumok technológiai, szerkezeti átalakulásaiban, valamint a folyamatosan változó médiatartalmakban érhető tetten. A média társadalmi, kulturális szerepe és a befogadók médiahasználata, médiához való viszonyulása szintén folyamatosan változik.

A késő-modern médiakörnyezet változásainak megértéséhez és vizsgálatához alapvető, hogy a médiakutatók tárgyukat a társadalmi és a kulturális környezettel együtt, az adott társadalmi, kulturális viszonyok és médiahasználati stratégiák függvényében vizsgálják. Hiszen a média a társadalmi és kulturális környezet részeként, azzal együtt, folyamatosan változik, miközben maga is jelentősen alakítja azt. Ezért a média korábbi elméleteinek felidézése elősegíti társadalmi és kulturális kötődéseinek, valamint a befogadó/médiahasználó stratégiáinak jobb megértését.

2. A késő-modern médiakörnyezet jellemzői

2.1. Hibrid médiumok – szabadon vándorló tartalmak

A késő-modern médiakörnyezet eltérő paraméterek mentén leírható hibrid médiumok hálózatából áll. Hibrid médiumokéból, hiszen a médiumokban bemutatott médiatartalmak klasszikus műfaji határainak összemosódása mellett maguk a médiumok is hibrid jegyeket hordoznak. Egyre kevésbé értelmezhető a korábbi médiatípusok szerinti kategorizálás. A rádió, a televízió, a nyomtatott sajtó és az internet médiumainak elkülönítése értelmetlenné válik, hiszen a tartalmak vándorolnak az eltérő platformok között, a használók fogyasztási szükségleteihez és az adott platform technikai igényeihez igazodva. A televízió nem ér véget a fekete doboznál, tartalmait az internetes portálokon is megtalálhatjuk; ha rádiót hallgathatunk, azt tehetjük mobiltelefonunkon és az interneten is. Sőt az internetes szolgáltatások révén mi magunk is könnyedén létrehozhatjuk saját videocsatornánkat vagy akár rádióállomásunkat is. A nyomtatott sajtó esetében szintén egyszerűen megvilágítható ez a változás. A lapok többségének van internetes változata is, a nyomtatott változatnál gyorsabban frissülő híreket közzétéve olvasóinak, emellett a portálokhoz kapcsolódó blogok révén szubjektívebb üzenetek megfogalmazására és az ezekhez kapcsolódó olvasói visszacsatolásra is lehetőséget biztosítva. E jelenségek hatására a nyomtatott lapok olvasottsága folyamatosan csökken, és egyre több lap kényszerül megszorításokra, a példányszám csökkentésére.

A klasszikus közszolgálati és kereskedelmi megkülönböztetés is veszít relevanciájából, hiszen a közszolgálati média gyakran a kereskedelmi médiára jellemző kereskedelmi tartalmakat közvetít, míg a kereskedelmi médiában szintén fellelhetők kötelezően előírt közszolgálati tartalmak.

A digitalizáció és a konvergencia jegyében kialakuló késő-modern médiakörnyezetnek az egyre nagyobb szeletet kihasító, hálózati alapon szerveződő internet alapú médiumok mellett továbbra is meghatározó eleme a televízió. A médiakörnyezetnek természetesen része a rádió, a nyomtatott sajtó is, azonban e médiumok is a korábbinál szélesebb spektrumot fognak át. Ha ebben a médiakörnyezetben televízióról beszélünk, abba beletartozik az analóg és a digitális sugárzású kereskedelmi és közszolgálati, a tematikus, a digitális interaktív médium is. Emellett nem feledkezhetünk el az internetes alapú webtévéről és a mobiltévéről sem.

Az új médiakörnyezet abban is eltér a korábbiaktól, hogy az azt alkotó médiumok gyakran összekapcsolódnak (mint például az internet és a televízió), köztük különféle kölcsönhatások alakulnak ki, amelyek a tartalmak vándorlását is elősegítik. A szabadon vándorló tartalmak egy részét ráadásul médiatudatos, aktív „befogadók” hozzák létre. A televízió tartalmai, teljes műsorok, műsorrészek így gyakran kerülnek felhasználók közreműködésével az internetes videomegosztókra, emellett a tartalmak nagy része már a televíziók saját videotárában is visszanézhető. A hírműsorokban, magazinműsorokban gyakran elhangzik, hogy a bemutatott riportok hosszabb, esetleg vágatlan formában megtalálhatók a televíziók internetes honlapján. A tartalmak vándorlásának másik iránya az, amikor a felhasználók által felvett rövidfilmek és fotók kerülnek be a televízió műsorába, például az erre szakosodott CNN iRiport-on keresztül, amely a többi hasonló önkéntes tudósítót toborzó portálhoz hasonlóan a felhasználók naprakészségét és kamerával, mobiltelefonnal, fényképezőgéppel való általános felszereltségét használja fel annak érdekében, hogy elsőként tájékoztathassa nézőit a világ történéseiről.

2.2. Befogadóból szabad felhasználó

A kommunikáció transzmissziós modellje szerint a kommunikáció egy feladó és egy befogadó közötti információátadásként írható le. A befogadó az inger–válasz-modell jegyében a feladó, esetünkben a média által kódolt jelentést dekódolja. Ez az elgondolás évtizedekig uralta a befogadóról való gondolkodást; a médiaszabályozással kapcsolatos viták és a televízióval kapcsolatos morális pánikok a mai napig a televíziónak ezen a feltételezett uralkodó jelentésközvetítő szerepén és a médiatartalom befogadóra kifejtett erősnek feltételezett hatásán alapulnak. Ez azért érdekes, mert a több évtizede zajló kutatások egyike sem tudott a média közvetlen hatására vonatkozó, azt kellő bizonyossággal alátámasztó adatokat felmutatni. A médiakutatók egy része a kezdetektől az aktív közönséget, a befogadók választási, értelmezési szabadságát, a média üzeneteinek esetében a jelentések sokrétűségét hangsúlyozta. Míg a *közönségkutatások* többnyire az aktív befogadókra koncentráltak, megvizsgálva, hogyan és mire használják a média tartalmait (áttekintően lásd Silverstone, 1999), addig a *hatásvizsgálatok* a passzív, a médiának kiszolgáltatott befogadót tekintették alapnak, és inkább az üzenetre és annak előállítóira fókuszáltak (áttekintően lásd McQuail, 2003).

A tömegkommunikáció üzeneteivel egyformán elérhető homogén közönség, számokba és változókba kódolt befogadó egy olyan téves képzetre épült, amely nem lehet kiindulópontja a késő-modern médiáról való tudományos gondolkodásnak. Ha a ma médiáját akarjuk megérteni, akkor a tömegkommunikáció modern elméleteinek befogadója helyett a posztmodern elméletekben felszabadított, jelentéskonstruáló felhasználót kell kiindulási pontként feltételeznünk, aki gyűjtögető módjára „garázdálkodik" az új médiakörnyezet különféle hibrid médiumai között, és kedve szerint válogat az őt érdeklő tartalmakból. Emellett maga is aktívan részt vesz – vagy legalább is egyre nagyobb lehetősége van részt venni – a tartalom előállításban, akár a tartalmakkal kapcsolatos interaktív visszacsatolás, akár saját tartalom-előállítása és -megosztása révén. Ezt a mai médiahasználóra jellemző válogató és szelektáló magatartást a Császi Lajos által idézett John Hartley a városi kószáló, a flâneur fogalmával írja le, aki a detektív, a turista és az újságíró tulajdonságait egyesíti magában (Császi, 2008: 104). A mai médiakörnyezet „befogadója" a fentiek alapján inkább a passzív csengésű befogadó helyett az aktivitást kifejező médiahasználó vagy felhasználó (user) fogalmakkal írható le.

A használó szükségletei és a tartalmakhoz fűződő motiváltsága, érzelmi kötődése meghatározó jelentőségű a tartalmak befogadásában, vagyis a jelenéskonstruálás folyamatában. A felhasználó aktivitását emellett a médiumok eltérő aktivitási szintje is befolyásolja. A médiumok ugyanis eltérő mértékben teszik lehetővé a befogadói visszacsatolást, a médiatartalomhoz kapcsolódó interakciót. Míg egy kereskedelmi televízión vetített szappanopera megtekintése inkább a klasszikus befogadói pozíció felvételét igényli a médiahasználóktól, addig egy YouTube-video megtekintése és a Facebookon ismerősök körében történő megvitatása nagyobb, a tartalomhoz kapcsolódó közvetlen visszacsatolásra ad lehetőséget hozzászólások, kommentek és újramegosztás révén.

2.3. A késő-modern médiakörnyezet kutatása

A késő-modern médiakörnyezet számtalan tudományos diszciplína felől és számtalan kutatási kérdés mentén közelíthető meg. Napjainkban ezért nagyszámú kutatás próbálja a digitalizáció és a konvergencia okozta megváltozott médiakörnyezet jelenségeit leírni, magyarázni. A kutatások az online újságírástól a blogszférán keresztül a közösségi média szolgáltatásai, valamint a digitális interaktív televízió és a mobiltelefon vizsgálatáig terjednek. Jelen tanulmánynak nem célja ezen irányok és konkrét kutatások bemutatása. Az azonban általánosságban megállapítható, hogy míg a korábbi modern és posztmodern kutatások és elméletek a televízióra koncentráltak, addig a kutatók aktuális érdeklődésének középpontjában az internet és a hozzá kapcsolódó jelenségek állnak. Az internet forradalmi jelentőségét hangsúlyozók egyetértenek abban, hogy az új média – amellett, hogy átszövi mindennapjainkat, megváltoztatja a médiakörnyezet struktúráját, alakítja a társadalmi és kulturális környezetet – a médiával kapcsolatos korábbi tapasztalataink újragondolására késztet. Emellett azt gondolom, hogy a médiával kapcsolatos alapkérdéseket az új média elkülönített, a médiakörnyezetből kiragadott vizsgálata egyedül nem tudja megválaszolni. Szükség van azoknak a médiakörnyezet egészére vonatkozó változásoknak az átfogó feltérképezésére, amelyek az adott társadalmi és kulturális környezettel kölcsönhatásban jönnek létre.

Fontos, hogy az új média, valamint az egész új médiakörnyezet kutatása során ne a régi kérdések és módszerek uralják a kutatók megközelítéseit. A minket körülvevő új médiakörnyezet leírásához ne a modern, a médiahasználatot számokra és változókra redukáló kvantitatív megközelítéseket és módszereket alkalmazzuk. Sok kutatás alapnak tekinti, hogy összehasonlítja az internetezésre és más médiafogyasztásra fordított, valamint az interneten töltött időt más szabadidős tevékenységekkel, és ebből – hibásan – messzemenő, ok-okozati következtetéseket von le a médiafogyasztására vonatkozóan. Ez azért félrevezető, mert az ilyen esetekben eltérő minőségek összehasonlításáról van szó, a legtöbb esetben ugyanis nincs kellő pontossággal meghatározva, mit értünk internetezésen, mert internetezés közben levelezhetünk, híreket olvashatunk, videókat nézhetünk és tölthetünk fel, tartalmakat kommentálhatunk és oszthatunk meg. Ahogy a televíziónézők száma önmagában nem sokat mond arról, hogyan és mire használják a fogyasztók annak eltérő tartalmait, az internet fogyasztásának számszerűsítése sem válaszolja meg a használatra vonatkozó fontos kérdéseket, és nem visz közelebb a médiahasználat megértéséhez sem. Mindezekért úgy gondolom, át kell fogalmaznunk a médiakutatás korábbi kérdéseit, a tömegkommunikáció hatásáról az egyedi médiahasználatra helyezve át a kutatás fókuszát, ahogy ezt a befogadásvizsgálatok kiindulópontjának tekintett, Blumler és Katz (1974) nevéhez fűződő használat–kielégülés-elmélet is hirdeti (lásd alább), és a mai médiumok használóit az eltérő médiahasználatok módjairól, stratégiáiról és indítékairól kell megkérdeznünk.

3. Mit mondanak a korábbi elméletek a médiáról?

A legtöbb médiaelmélet arra törekszik, hogy leírja a média és a befogadó, tágabb értelemben a média és a társadalom viszonyát. A különböző elméletek ezt más és más módon teszik, amellett, hogy a maga módján mindegyik megközelítés igaznak tételezi állításait. A különböző hátterű elméletekben a média és a valóság, a média és a társadalom, a média és a befogadó viszonya alapvetően más, ami eltérő érvstruktúrák alkalmazását, más kutatási kérdéseket és más, legitimként elfogadott módszereket implikál. Ahhoz tehát, hogy jobban megértsük a minket körülvevő új médiakörnyezetet, meg kell vizsgálnunk, hogy a média kutatói mire helyezték a fő hangsúlyokat a médiáról szóló korábbi paradigmatikus teóriák megalkotásakor, milyen eszközökkel milyen természetű kérdésekre kerestek válaszokat. Az elméletek érthető módon döntően, de nem kizárólagosan a televízióról szólnak, hiszen a maguk idejében egy forradalminak számító médium megértését, társadalmi és kulturális hatásának feltérképezését tűzték ki elérendő célként. A televízió megjelenése és elterjedése alapvetően rendezte át a korábbi médiakörnyezetet (ahogy ma az internet teszi ugyanezt):

> „A televízió elterjedése a második világháborút követő három évtized során (az egyes országokban különböző időzítéssel és változó intenzitással) a kommunikáció új galaxisát hozta létre […] Nem mintha a többi médium eltűnt volna, de ezek újraszerveződtek egy olyan rendszerben, amelynek a vérkeringését

vákuumcsövek alkották, s amelynek varázslatos arca a televízió képernyője volt”

– írja Manuel Castells *A hálózati társadalom kialakulása* című könyvében (Castells, 2005: 436).

A médiaelméletek most következő metaelemzése hozzájárulhat a sokat támadott vagy éppen az egekig magasztalt elméletek állításainak könnyebb megértéséhez, így elősegítheti a médiáról való modernista gondolkodás átértékelését, és az új médiakörnyezet elméleti alapjának lefektetéséhez is jó kiindulópontot adhat. A következőkben a számtalan tömegkommunikációs elmélet közül azok rövid bemutatását kísérlem meg, amelyek meghatározó hatást gyakoroltak a hazai médiakutatásra, emellett jól illusztrálják a médiáról való gondolkodás főbb szakaszait, így tanulmányozásukon keresztül eljuthatunk a *hatásparadigmától* a késő-modern média leírásához is használható *használatparadigmához*. Terjedelmi okokból sajnálatos módon több fontos elmélet ismertetése kimarad az elemzésből.[3]

3.1. Kultivációs elemzés

A hatásparadigma jegyében már az 1920-as és az 1930-as évektől foglalkoznak kutatók a média feltételezett erős hatásával. A hatásparadigma kiindulópontja Harold Lasswell lövedékelmélete (bullet theory) volt (Lasswell, 1927). Az elmélet a médiumok korlátlan hatását hirdette, amellett, hogy a szerző utal arra is, hogy különböző célközönségeket különböző üzenetekkel lehet eredményesen megszólítani. A teória alapja a pszichológiából származó (pavlovi) behaviorizmus, illetve a szociológia „magányos tömeg” elmélete alapján – amelyeket más propagandakutatásokban is előszeretettel alkalmaztak – az volt, hogy a médiumok üzenetei lövedékként csapódnak vagy injekciós tűként szúródnak a kiszolgáltatott befogadókba. A hatás problematikája azóta folyamatosan, hol erősebb, hol gyengébb formában kíséri végig a médiakutatás különböző szakaszait, és megjelenik a média különböző elméleteiben.

A magyar származású George Gerbner kultivációs elemzése (cultivation theory) hatalmas karriert futott be az 1970-es években (Gerbner, 2000), annak ellenére, hogy elméletét megszületése óta folyamatosan kritizálták, amiért túl nagy hatást tulajdonított a televíziónak, kvantitatív mérései során nem vette figyelembe a befogadás körülményeit, a nézőkre ható kulturális és társadalmi hatásokat, és nem számolt az értelmezés, valamint a műsorválasztás szabadságával sem. Gerbner neve ma minden, médiával foglalkozó kutató előtt ismert, ami annak köszönhető, hogy a televízióval kapcsolatos munkáiban a televízión túlmutató társadalmi és kulturális kérdésekre keresett választ, munkássága konkrét társadalmi cselekvések, mozgalmak formájában is megjelent, amelyek szintén hozzájárultak ahhoz, hogy a médiával kapcsolatos közgondolkodásban a kultivációs hatással kapcsolatos vélemények elterjedjenek és megerősödjenek.

A hatásparadigmához tartozó elmélet azt vizsgálta, hogy a televízión keresztül a közönség felé áramló üzenetek milyen mértékben határozzák meg a befogadók valóságról alkotott nézeteit. Gerbner szerint a rendszeresen, napi több órában tévézőkben (heavy viewers) a televízió mintái és értékei hosszú távon erősebb hatást váltanak ki, mint a kevesebbet tévézőkben (light viewers). A kultivációs elmélet követői megkülönböztették a televízió valóságát az objektív valóságtól, és a televíziót nem ablakként, hanem inkább a Platón barlangjában játszódó árnyjátékként képzelték el. A média tartós fogyasztójának így csak korlátozottan nyílt lehetősége a valódi világ megtapasztalására, hiszen a média valóságát azonosította azzal. Az elmélet feltételezése szerint a televízió a külső objektív valóságot utánozza, így az is számon kérhető rajta, hogy miben hibázik. Az objektív valóság a helyes minta, amelyhez hozzá kell igazítani a média torz világképét. Az elmélet kizárja a többjelentésű üzenetet, az aktív, jelentéstulajdonító befogadót, és hosszú távú fogyasztás esetén ható erős, kivédhetetlen hatást feltételez. Az irányzat követői főként kvantitatív módszerrel végzett kutatásokban azt vizsgálták, hogy a televízió üzenetei milyen mértékben torzítják a valóságot az által, ahogyan bizonyos csoportokat és jelenségeket bemutatnak. A televízió szerintük egy torz valóságot mutat, amely a társadalmi igazságtalanság és az egyenlőtlen hatalmi hierarchia kialakulásáért felelős. Ezért a társadalmi cselekvés célja az, hogy a különböző társadalmi csoportok (például a feketék, a nők stb.), illetve társadalmi jelenségek (például a bűnözés, az erőszak) a megfelelő arányban jelenjenek meg a képernyőn. A „társadalmi egyenlőségért” folytatott küzdelemben Gerbner az általa alapított Kulturális Környezet Mozgalom (Gerbner, 2000: 156) révén maga is aktívan részt vett.

A kultivációs elemzés szerint a többségi média a domináns ideológia közvetítőjének szerepét tölti be. Az elmélet médiakörnyezete azért ad erre lehetőséget, mert a televízió kezdetben csekély számú csatornát jelentett, amelyet hatalmas tömegek azonos időben fogyasztottak.

A teoretikusok szerint a „helyes” bemutatás ideája a média és üzeneteinek szabályok közé szorításával képzelhető el, ami az egyes társadalmi, etnikai csoportok, bizonyos erőszakos tartalmak arányának meghatározását, bemutatásának módját és mennyiségét írja elő (lásd a Kulturális Környezet Mozgalom célkitűzéseit: Gerbner, 2000: 156). A média elitista, értelmiségi diskurzusa napjainkban is hasonlóan gondolkodik a szabályozásról, ezt jól példázza az ORTT tevékenysége, valamint a politikusok médiával kapcsolatos elgondolásai is, amelyek legjobb illusztrációja maga az 1996-os rádió- és televíziótörvény. Az értelmiség a média tartalmait modern intézményeiből árgus szemekkel figyeli, azokat a magas kultúra mércéjéhez mérten ítéli meg, és ez alapján próbálja szabályozni. Azonban – mivel nem beszélhetünk egységes televíziós világképről, amely a kulturális és társadalmi környezettől elszigetelten létezne, és amelynek a médiafogyasztás révén a befogadó folyamatosan ki lenne téve, illetve nincs homogén közönség sem – a médiatartalmak központi szabályozása sem járulhat hozzá a „társadalmi egyenlőség” helyreállításához. Hiszen a médiahasználók eltérő stratégiák mentén, többnyire kellő távolságból, a többi, őket érő hatástól nem elválasztva, tudatosan fogyasztják a különféle médiumok főként populáris tartalmait.

Gerbner kutatásaiban az empirikus társadalomkutatás eszközeit alkalmazta, megkérdőjelezhetetlen pozitivista igazságokban: számokban, mutatókban, demográfiai változókban gondolkodott. Az elmélet mai napig tartó

népszerűségéhez ez a látszólagos objektivitás is hozzájárult.

Több bírálat érte Gerbner kvantitatív vizsgálati módszereit is; ezek közül a leghíresebbek Michael Hughes (Hughes, 1980) és Paul Hirsch (Hirsch, 1980) kutatása. A kutatók a Gerbnerék által vizsgált adatsorokat elemezték újra, vitatva a kutatási eredményeket és az azokra épített elméleti konstrukciókat. Újraelemzésük tapasztalata szerint a televíziónézés és a befogadói attitűdök változása között feltételezett szoros kapcsolat további vizsgálati változók és szempontok bevezetésével jelentős mértékben árnyalható. Gerbner és kutatótársai ugyanis többnyire alcsoportonként vizsgálták a kapcsolatot a televíziónézés mennyisége és az attitűdök között, elkülönítették a férfiak, az idősek, az alacsonyabb képzettségűek adatait. Azonban új szempontok, mint például a Hughes által alkalmazott templomba járás, klubtagság, heti munkaórák száma stb. bevezetése az alcsoportok körében bemutatott erősebb hatást már jelentősen árnyalta (Morgan & Shanahan, 1997).

3.2. McLuhan és a technológiai determinizmus

A hatásalapú médiaelméletektől némileg eltérő megközelítés Marshall McLuhan nevéhez kötődik (McLuhan, 1964). A szerző leggyakrabban idézett mondata szerint: „The medium is the message”, azaz: „A médium maga az üzenet”. Az elmélet központi állítása szerint a média tartalmai helyett maga a médium képvisel kultivációs erőt. A médiumok azáltal képesek hatást kialakítani, hogy a befogadókban eltérő percepciós mechanizmusokat hoznak működésbe úgy, hogy a média befogadóiban folyamatosan egy médiumspecifikusan torz valóságreprezentációt erősítenek meg.

> „E gondolatmenet szerint a kultúra alakítására nézve mindig csupán a domináns, kommunikációt közvetítő médium – tehát az ember valamely szervének meghosszabbítása révén kialakított technikai eszköz – természete a lényeges, méghozzá abból a szempontból, hogy használójának hány érzékszervére és pontosan mely érzékszerveire hat. McLuhan ugyanis úgy véli, hogy minden közlési eszköz, speciális érzékszerv-használati arányokat alakít ki az ember szenzoriális rendszerében – azáltal, hogy bizonyos érzékszerveket fokozott információ-felvételre késztet, miközben mások működését háttérbe szorítja –, s ily módon egy sajátos irányban torzított percepciós mintát hív életre, amely viszont – tekintve, hogy az egyén nem a valósághoz, hanem annak a valóságosnak hitt, ám valójában torzított másához alkalmazkodik – torz gondolkodási és viselkedési mintákat generál” (Varga, 1999: 61).

Mint láthatjuk, a valóság ebben az esetben egy külső viszonyítási pont, amely – akárcsak Gerbner kultivációs elméletében – a médiumok általi valóságreprezentáción keresztül jut el a befogadóhoz. A különbség csupán annyi, hogy a tartalomhoz kötött hatást itt a technikai médium sajátos valóságkonstruáló, közvetítő sajátossága helyettesíti. A társadalom és a társadalmi valóság működésének megismeréséhez ezért az éppen uralkodó médium természetét kell megismernünk (Varga, 1999: 61). Az elmélet szerint a médiumok hidegek és forrók lehetnek, aszerint, hogy a befogadó hány érzékszervére hatnak. Míg a forró médiumok csupán egy, a hideg médiumok több érzékszervre hatnak egyszerre. Az előbbiek befogadói passzívak, az utóbbiaké – mivel több érzékszervre is hatnak – aktív befogadót feltételeznek. A televízió McLuhan elméletében langyos médium, mert több érzékszerv használatát igényli a nézőtől üzenetei értelmezéséhez (Griffin, 2003: 328).

McLuhan technológiai determinizmusát számtalan kritika érte. Sokan támadták, nem világos, gyakran csapongó stílusa, nehezen megfejthető metaforái miatt. Kiindulópontja, miszerint csak a médium a meghatározó, kizár minden más szempontot, amely a médium üzeneteinek értelmezésekor felmerülhet, ezért túlságosan leegyszerűsítő keretbe helyezi a média és a befogadó, a média és a társadalom viszonyát, ami nehezen védhető álláspont, ismerve a posztmodern és a késő-modern médiakörnyezet jellemző megközelítéseit. „Nehéz volna ma bárkit is találni, aki részben vagy teljesen elfogadná McLuhan elképzeléseit” (Griffin, 2003: 333). A hosszú időn át meghatározó elmélet a médiatechnológiák és a kultúra kapcsolatára, a médiumok által kifejtett hatásra hívta fel sikerrel a médiakutatók figyelmét, ami az új médiakörnyezet technológiaalapú médiumainak, elsősorban az internetnek a vizsgálata során került újra a kutatók látóterébe. A késő-modern médiakörnyezet azonban biztosan nem magyarázható önmagában a technológia uralmával, hiszen azt egymással összekapcsolódó komplex és hibrid médiumok alkotják. A médiamixet csupán a felkínált tartalmakból válogató tudatos médiahasználók alakítják ki, saját szükségleteik alapján. Így mindenképp szükség van további szempontok bevezetésére a média és társadalom kapcsolatának megértéséhez.

3.3. Napirend-elmélet

A napirend- vagy tematizációs (agenda setting) elmélet a korlátozottabb hatást feltételező elmélet közé tartozik. A tematizációs paradigma akkor lett igazán népszerű, amikor az 1970-es években kiszorította az 1960-as évek végéig uralkodó, majd meggyengülő, a média közvetlen hatására épülő elképzeléseket (Rogers et al., [1997] 2007: 268), amelyek azonban az 1980-as években újra megerősödtek. A tematizációs paradigmát Maxwell McCombs és Donald Shaw az 1968-as elnökválasztás kapcsán Chapel Hillben végzett kutatásain alapuló 1972-es tanulmánya alapozta meg. A kutatók tartalomelemzéssel híreket elemeztek és interjúkat készítettek, amelyek során azt kérdezték a kutatás résztvevőitől, hogy milyen témákat tartanak a kampány kulcstémáinak. Kutatásuk eredménye szerint a média jelentős hatással tematizálta a közvéleményt, ezáltal befolyásolta, hogy a választók mit tartottak az elnökválasztási kampány fő témáinak. Az elmélet Bernard Cohen *The Press and Foreign Policy* (Cohen, 1963) című művéből származó alapgondolata szerint a média „talán nem képes megmondani az embereknek, hogy mit gondoljanak, de elképesztő sikerrel jelöli ki nekik, hogy miről gondolkozzanak” (McCombs & Shaw, [1972] 2007: 253). Átfordíthatjuk ezt úgy is, hogy a tömegmédia kijelöli azokat a fontos témákat, amelyek a közvéleményt tematizálják, ezáltal azokat, amelyeket a befogadók fontosnak tartanak, de azt nem mondja meg, hogy a befogadók mit gondoljanak, és hogyan értelmezzék azokat. Tehát a média a tömegkommunikáció szelekciós eljárásával és sajátos bemutatási módjaival, a valós világ átfordításával egy saját valóságot hoz létre, amely hat a befogadó valós

világról alkotott képére (Tamás, 2001: 140).

Az elmélet a késő-modern médiakörnyezet leírására csak nagyon korlátozottan lehet alkalmas, hiszen az egyéni szükségletekkel és választásokkal nem tud mit kezdeni, a befogadó mint attribútumok tára jelenik meg, nem, értékek, sémák mentén (Anderson, 2005: 245). Az egyén választhat ugyan, azonban választásának kerete eleve adott, szabadsága csak a média által biztosított témák közötti választásként értelmezhető. Az elmélet a közönség véleményére és viselkedésére gyakorolt közvetlen hatás helyett a média üzeneteinek a közvéleményt tematizáló aspektusaira figyel.

A politikai kommunikációval is szoros kapcsolatot ápoló elmélet médiával kapcsolatos releváns kérdése az, hogy a médiát felhasználva hogyan lehet sikeresen meghatározni a közönség napirendjét. A tematizációs megközelítést ezért jellegzetesen a médiában és a közbeszédben megjelenő témák adott idejű keresztmetszeti vagy hosszmetszeti vizsgálata során alkalmazzák. Ilyenkor arra a kérdésre keresik a választ, hogy a politikai kommunikáció üzenetei miként befolyásolják a média napirendjét, a média tartalmai pedig miként tematizálják a közvéleményt. Arra azonban nem kapunk magyarázatot, hogy a média tartalmaival mit kezd a befogadó.

James A. Anderson szerint a médiatartalmakat a szerzők szó szerinti értelemben kezelik, mind a média kínálatának, mind a közönség válaszainak tematikus osztályozása csupán kódolási problémaként jelenik meg, ami a kódolások megbízhatatlansága folytán további kérdéseket vet fel az elmélet megbízhatóságát és alkalmazhatóságát illetően (Anderson, 2005: 245).

A késő-modern médiakörnyezetre általánosan jellemző, hogy a médiumok a fogyasztóik által kedvelt, főként szórakoztató témákat dolgozzák fel, így a folyamatosan a nézőkért vívott verseny miatt a kisebb érdeklődést kiváltó témák automatikusan szelektálódnak, illetve eleve el sem jutnak odáig, hogy bemutassák őket. Köszönhetően az internet megjelenésének és gyors elterjedésének, a napirendek közül a közbeszéd napirendje meghatározó tematizációs erővé lép elő, a hétköznapi témák gyakori elemei a különféle médiatartalmaknak.[4] A késő-modern médiát a nézőkért folytatott verseny mint szelekciós elv határozza meg, amely a használóinak – egyebek között a fogyasztásuk révén – aktív, azonnali és közvetlen visszacsatolásra ad lehetőséget. Mindezen tényezők megkérdőjelezik a tematizációs elmélet késő-modern médiakörnyezetben való érvényességét és alkalmazhatóságát.

3.4. Használat–kielégülés-modell

A hatáselméletek továbbfejlesztésének egy másik iránya Elihu Katz, Jay G. Blumler és Michael Gurevich használat–kielégülés-modellje (Katz et al., [1974] 2007: 210). Ennek újdonsága abban rejlik, hogy a klasszikus médiahatás-elméletekhez képest a médiumok közlései helyett a média fogyasztói kerülnek a középpontjába, akik aktív használóként saját szükségleteik kielégítésére használják a média különböző üzeneteit, tartalmait. A klasszikus, empirikus kötöttségű hatáselméleteken túllépve a kutatók így már nemcsak azt tudták megmérni, hogy mekkora a tömegmédia közönsége, hanem azt is, hogy ez a közönség mit kap a kommunikációval kapcsolatos élményből (Ross & Elliott, 1975: 228).

A média által közvetített üzenet esetében a média közléseinek szó szerinti jelentése és a média közvetlen hatása is megkérdőjeleződik. Az erős pszichológiai, szociológiai, szociálpszichológiai kötődésű elméleti irányzat követői a média közlései és annak hatása között nem feltételeznek közvetlen összefüggést. A közönség szükségletei a médiatermék és a médiatermék hatása között harmadik tényezőként jelennek meg. A megközelítés a média tartalmainak elemzése helyett a közönség közvetlen tanulmányozását tekinti feladatának, ehhez kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaz. Az elméletet több támadás is érte, főleg az erősebb médiahatást feltételezők felől: sokan megkérdőjelezték a szükségletek meghatározásának és tipologizálásának bizonytalansága miatt, valamint a befogadónak tulajdonított aktivitás és tudatosság feltételezése miatt is (Ross & Elliott, 1975: 234).

David Morley egyebek között azt kifogásolta, hogy a használat–kielülés-elmélet túlságosan csak az egyén egyedi, pszichológiai szükségleteire épít, ennek rendeli alá a jelentést, és ezzel teljesen relativizálja azt. Az elmélet szerinte a média üzeneteinek dekódolásából kizárja több fontos tényező mellett a befogadó társadalmi beágyazottságát is (Morley, 1992: 31), azt azonban a Nationwide műsor elemzésében ő sem tudta bizonyítani, hogy a társadalmi státus és a dekódolási stratégia között szoros összefüggés lenne.

Az individualista elmélet további bírálói, Philip Ross és Courtney Elliot szerint a megközelítés az empirikus múlthoz kapcsolódik, az ilyen kutatások során a tömegkommunikációs folyamatot elszigetelten vizsgálják minden más társadalmi folyamattól, és kizárólag az egyénen belüli folyamatokkal foglalkoznak (Ross & Elliott, 1975: 232). A használat–kielégülés-modell problematikus pontja szerintük annak feltételezése is, hogy az emberek tudatában lennének szükségleteiknek, ismernék azokat, és képesek lennének azonosítani azok kielégítési forrásait. Emellett az „aktív” befogadó aktivitása is megkérdőjeleződik, hiszen a választás és az aktivitás kérdése a kutatások során nem tisztázott, a szükségletek kiváltását természetesen, már-már ösztönszerűen képzelik el a teoretikusok. Anderson az elméletet objektivistának tartja, szerinte „a materializmus, redukcionizmus és determinizmus, valamint a funkcionális empirizmus és a társadalomtudományi műfaj mind szilárdan jelen vannak benne” (Anderson, 2005: 244), ami azt jelenti, hogy az elmélet a fenti kötődései révén az egyénhez, annak szükségleteihez csak egy terhelt pozitivista keretben képes viszonyulni, valójában nem történik meg a használatparadigma irányába történő posztmodern fordulat.

Mindezen bírálatok ellenére a befogadó központú közönségkutatásokkal együtt a használat–kielégülés-modell fontos kiindulópontja lehet a késő-modern médiakörnyezet elméleteinek, hiszen fogódzót nyújthat ahhoz, hogy megértsük az új médiakörnyezet befogadóinak sajátos befogadói stratégiáit. Az új médiakörnyezet médiumait

ugyanis a különböző szükségleteik szerint a tartalmat hol passzívan, hol aktívan befogadni, létrehozni, megosztani kívánó befogadók jellemzik, akiknek a médiafogyasztási stratégiájában az egyéni szükségletek játszanak meghatározó szerepet.

3.5. Hall kódolás–dekódolás-modellje

A poliszémia – vagyis a jelek többértelműsége – fontos fordulópont a televízió jelentéseinek szabad értelmezésében, ami Stuart Hall kódolás–dekódolás-modelljével (encoding/decoding) jelenik meg a médiakutatásban (Hall, 1980: 131). Stuart Hall és az elméletét empirikusan tesztelő David Morley a birminghami iskola posztmodern kritikai megközelítését képviseli, amely a hatás helyett a média használatára, a homogén közönségtől a befogadó egyéni szükségleteire és eltérő médiahasználati stratégiáira helyezi a kutatás fókuszát. Emellett utat nyit a populáris, szórakoztató médiatermékek vizsgálatának is, így fontos kiindulópont lehet a késő-modern médiakörnyezet elméleteihez.

A médiával foglalkozó tudományos diskurzusnak Hall elméletét követően szembesülnie kell azzal, hogy a feltételezett hatás mindig csak közvetetten érvényesülhet, a befogadó nem egy, a feladó szándéka szerinti jelet dekódol, hanem egy, a dekódolás fázisában kialakuló jelentést. Azaz a médiaszöveg jelentése csak a jelentéstulajdonítás során jön létre, amelynek kontextusát számtalan tényező befolyásolja. Az elmélet így utat nyit az interpretatív fordulat megtétele felé. Hall és a nevéhez társított kritikai kultúrakutatás vagy posztmodern kulturális fordulat (cultural studies) a posztmodern médiakutatás megalapozója, amely a tömegkultúrára, a populáris tömegmédiára irányítja a kutatók figyelmét (Császi, 2008: 93).

Hall strukturalista modellje korlátozott hatással számol, a jelek konstrukciók formájában érnek el a befogadókhoz, akik azokat a maguk eszközeivel, felkészültségükhöz mérten dekódolják. Az üzenet kódolása és dekódolása nem passzív folyamat, abban egy sor tényező játszik meghatározó szerepet. A jelentésképzésben egyebek között szerepe van az egyén szociális, médiafogyasztási „hátterének”, cselekvési rutinjainak, a befogadás materiális körülményeinek, valamint a társadalom domináns jelentéseinek és az egyén ehhez való viszonyának is, de a létrejövő jelentés nem független az egyén hatalmi struktúrában elfoglalt helyétől sem (Belinszki, 2000: 69). Hall a médiaszöveg előállítói (újságírók, írók, producerek, szerkesztők) és a médiatermékek elosztói (ügyvezetők, marketingesek, a közvetítést sugárzók, az elosztók és a szabályozók) jelentőségét is hangsúlyozza a médiatermék kódolásának és dekódolásának folyamatában.

Hall elmélete nem jelenti azt, hogy jelentésrealizmus uralná a befogadást, azaz minden befogadó másként értelmezhetné ugyanazt a médiaszöveget. Feltételezte, hogy a szövegnek van egy domináns, uralkodó jelentése, amelyhez a befogók különbözőképpen viszonyulhatnak. Ő három befogadói viszonyulást különböztetett meg, akárcsak a modelljét empirikusan tesztelő Morley, aki a Nationwide műsor befogadásával kapcsolatban végzett kutatásokat. A befogadói viszonyulások közül az első egyszerűen a szöveg uralkodó, áttetsző jelentésének, a domináns, hegemonikus olvasatnak a befogadó általi elfogadását jelentette. A második a kialkudott kód, amely szerint a befogadó érti a domináns kódot, annak egy részét elfogadja, míg más részét elutasítja. A harmadik esetben pedig a befogadó megértette a diskurzus szó szerinti és konnotációs kanyarjait, azonban teljesen ellentétesen dekódolta azt, „ellenzéki kódon belül mozog”. Morley ezt oppozíciós értelmezésnek nevezte (Morley, 1992: 52).

Morley kutatása nem erősítette meg, hogy a Hall által feltételezett társadalmi státusnak és az elfoglalt osztályhelyzetnek tényleges hatása lenne a befogadó médiaszöveghez való viszonyulására, valamint arra, hogy a három lehetséges pozíció közül melyiket foglalja el. „Az interjúrészletekből is kiderül, hogy példának okáért az osztályhelyzet és a dekódolási mód között nincs kölcsönösen egyértelmű megfeleltetés” (Morley, 1992: 51).

A jelentések hierarchikus struktúrát alkotnak, és a befogadók jelentéskonstrukciói a társadalmi jelentésektől valamilyen módon függenek. Hall gondolkodási keretében az egyén többnyire mint a társadalmi csoport által meghatározott reprezentáns jelent meg, aki státusának megfelelő eszközkészletével tudja a jelentéseket dekódolni.

3.6. A televízió hatáselméleteiről: összegzés

A vázlatosan bemutatott elméleti megközelítések megmutatták azokat a fő irányokat, amelyek a hazai médiakutatás tudományos diskurzusát a legnagyobb mértékben határozták meg az elmúlt évtizedekben. A Harold Lasswell lövedékelméletére épülő hatáselméletek és a frankfurti iskola ideologikus, szövegcentrikus kritikai megközelítései hosszú időn át meghatározták a médiapolitikai diskurzust is. Az Umberto Eco fogalmi tipológiája szerinti őstévét (Eco, 1992: 76) leíró, főként a hatás problematikája köré felfűzhető modernista tömegkommunikációs elméletek emellett évtizedekig uralták a médiával kapcsolatos közbeszédet, és a médiával kapcsolatos morális pánikoknak köszönhetően ma is jelentős hatásuk van arra.

A tömegkommunikáció pozitivista hatáskutatása arra törekedett, hogy a média közönségre kifejtett hatását valahogyan megmérje, azt valamilyen strukturált keretbe helyezve magyarázza. A propagandakutatás szociálpszichológiai vizsgálatain és a média népszerűségének megfigyelésén alapuló direkthatás-elméletek (McQuail, 2003: 361) a televízió objektivista empirikus megragadására törekedtek. A tömegmédia elméleteinek magyarázataiban a média valósághoz, az objektív igazsághoz való viszonya kapott meghatározó szerepet. Ahogy azt láthattuk is, az elméletek ok-okozati összefüggést feltételeztek a televízió „virtuális” valósága és a való világ között (Bajomi-Lázár, 2008: 156). Míg az őstelevízió szinte transzparensen közvetítette a valóságot, addig a posztmodern neotelevízió csak a valóság illúzióját akarja kelteni. Az őstévé esetében a befogadó így a média valóságkonstrukciójával mint a tényleges valósággal szembesült, így azt összehasonlíthatta azzal, a neotévé esetén azonban már erről le kellett mondania. Ha nem látott át az őstévé valóságkonstrukciójának szövetén, akkor

kiszolgáltatottá, sebezhetővé vált. Azért, hogy ne vesszen el teljesen a média „torzított” valóságában, hivatásos „fordítók”, kritikusok segítették a helyes értelmezés felé. Politikusok és hivatalnokok őrködtek afölött, hogy a médiareprezentáció minél hitelesebb legyen. Ez a kontroll ma is meghatározza a média működését, gondoljunk csak a köztévé átpolitizált működésére, az elitista, paternalista médiatestületek ellenőrző és szabályozó törekvéseire:

> „A modernista felfogás szerint ugyanis a média eleve nem képes a valóság hiteles ábrázolására, és az állampolgárok sem képesek a média helyes értelmezésére, ezért a lakosság, a hírmagyarázók, a kritikusok, a szakértők, a hivatalos tekintélyek állandó segítségére szorul, akik célokat és eligazítást adnak nekik” (Császi, 2008: 96).

A klasszikus tömegkultúra kutatói és a hatáselméletek szerzői befogadóiknak nem sok szabadságot engedtek. A tartalmak szabad értelmezését, a műsorok befogadásával kapcsolatos kritikai viszonyulást kizárták vizsgálataikból. Nem is tehettek mást, hisz az elméletek szerint a befogadók többnyire számok, társadalmi csoportok reprezentánsai voltak, akik a hol szorosan, hol kevésbé szorosan vett transzmissziós kommunikációs modellben minden tudatos választás nélkül, szinte ösztönösen reagáltak az üzenetre. A tömegmédia modernista, pozitivista elméletei a közönségre csak mint a hatást mérhetővé tevő reprezentánsra tekintettek, a tartalomra és annak előállítóira koncentráltak, az azt létrehozó és kontroll alatt tartó hatalmi, politikai rendszereket tanulmányozták. Különösen fontos terület volt például a hírek tanulmányozása, hiszen ahogy Gerbner megfogalmazza, aki a világ történeteit felügyeli, az magát a világot felügyeli (Gerbner, 2000: 11).

A médiakörnyezet működését leíró modern elméletekben a feltételezett hatások erőssége láthatóan változik. Ezzel kapcsolatban James Carey gondolata lehet megfontolandó, aki szerint a tömegkommunikáció hatásába vetett hit folyamatos változásának, felerősödésének, majd gyengülésének történeti magyarázata van, amelynek alapja a külső társadalmi világ folyamatos átalakulása, a társadalmi kontextus változékonysága (Carey, 1988; McQuail, 2003: 364).

A hatást feltételező elméletek a kapcsolt instrumentalitás révén a tudomány területéről kiszabadulva társadalmi cselekvések, mozgalmak elindítói lettek, gondoljunk például a már idézett Gerbner által alapított Kulturális Környezet Mozgalomra. Az elméletekben alapnak tekintett hatás erősségéről és irányáról azonban eddig egy kutatás sem tudott egységesen elfogadott, meggyőző bizonyítékkal szolgálni (McQuail, 2003: 359; Hammer, 2006: 97–98; Bajomi-Lázár, 2008: 183–188). A hatással kapcsolatos bizonytalanság illusztrálására idézhetjük Szecskő Tamás 1966-os tanulmányából Bernard R. Berelsont is, aki a következőket írja: „Bizonyos kérdések, bizonyos módon történő kommunikálása, bizonyos emberek számára bizonyos körülmények között, bizonyos hatásokkal jár” (Szecskő, [1966] 2009: 17).

A televíziót leíró elméletek egy csoportja a hatáson túllépve, azt átértelmezve más irányból közelít. Most térjünk át ezekre.

4. A hatáson túl

A fent ismertetett elméletek némelyike a hatás vizsgálata helyett a késő-modern média vizsgálatához is használható fontos szempontokat hozott be a média tanulmányozásába. Az ezekben az elméletekben szereplő megközelítések hasznunkra lehetnek a jelenlegi médiakörnyezet vizsgálata során is. Katz, Blumler és Gurevich használat–kielégülés-modellje egy pozitivista paradigma keretein belül az egyéni befogadói igényeket és a pszichológiai szükségleteket mint meghatározó szempontot vonta be a médiabefogadás folyamatába, ezzel megalapozva a befogadásvizsgálati paradigmát, amely a hangsúlyt nem a médiumok közléseire, hanem a médiumok használójára helyezte, aki aktív médiahasználóként saját szükségleteinek kielégítésére használja a médiát.

A kritikai kultúrakutatás jegyében Hall kódolás–dekódolás-modellje az objektív valóság és a média valóságának összehasonlítása helyett a média szövegeinek eltérő jelentéseire fókuszál, az üzenet így nem transzparens többé (Hall, 1980: 131). A posztmodern kutatásokban megszűnik a modern médiumok többszintű kizárólagossága, és teret nyernek a posztmodern populáris médiumok, amelyek a befogadók által különbözőképpen dekódolt szövegek forrásai. Az elvégzendő vizsgálatok fókuszába is a populáris médiumok kerülnek.

A kritikai kultúrakutatás kérdésfeltevése a jelentés és a jelentéskonstruálás világába visz minket, ahol az objektív igazság kérdése nem merül fel:

> „Ha tehát a média nem a valóságot mutatja be, hanem a fentiek értelmében a valóság konstrukcióját tárja a befogadó elé, és ez a konstrukció ellentmondásokkal és alternatív olvasatokkal van tele, akkor az elemző kérdésének nem annak kell lennie, hogy mi a különbség a »valóság« és a média által bemutatott világ között, hanem annak, hogy milyen ez a bemutatott világ mint önmaga referenciája, hogyan jön létre és mit jelent a befogadók számára. A médiatermék–előállítás–befogadás háromszög határozza meg a kontextust, ennek vizsgálata legyen hát a kulturális jelenség elemzésének lényege. Ennek megfelelően nem univerzális (illetve annak definiált) esztétikai és morális kategóriák a meghatározóak, hanem ezek társadalmi beágyazottsága és a hatalmi viszonyok bennük való leképeződése” (Belinszki, 2000: 72).

A kritikai kultúrakutatás képviselői az interpretatív fordulat jegyében feltételezik, hogy a médiumok feladata a kulturális jelentéstartalmak köröztetése, köztudatban tartása, a médiumok ezért működhetnek jelentős társadalmi integráló erőként. Mivel a társadalom tagjai a különböző médiumokon keresztül egy általános kommunikáció részesei, ez segíti őket kulturális identitásuk kialakításában, a társadalomba való integrálódásukban is (Belinszki, 2000: 72).

A legfontosabb szemléletbeli változás a hatástól a használat felé történő elmozdulás. Ebben a birminghami iskolának van meghatározó szerepe, amely a frankfurti iskola kritikai, szemiotikai megközelítését váltja át pragmatikaira, a média mindennapi használatára helyezi a hangsúlyt, azt vizsgálva, hogy a befogadók miként használják a médiát (Silverstone, 2008: 10). A médiakutatás a modern paradigmával szemben álló kulturális fordulatának üzenete Császi Lajos szerint az, hogy a késő-kapitalista fogyasztói társadalom médiáját nem lehet a korábbi, a totalitárius társadalmak tömegkultúráját és tömegkommunikációját megragadni kívánó elméletekkel és fogalmakkal leírni (Császi, 2008: 99).

E fontos megállapításokból kiindulva juthatunk el a televízió posztmodern, performatív médiahatás-modelljéhez.

4.1. A performatív médiahatás modellje

A posztmodern és a jelenlegi késő-modern médiakörnyezet egyik fontos médiuma a populáris kereskedelmi televízió, amelyet Umberto Eco neotelevíziónak nevez.[5] Ennek megértéséhez az interpretatív fordulat jegyében végleg le kell mondanunk arról, hogy a média az objektív valóság bemutatására képes, hiszen célja inkább az, hogy hétköznapi és szubjektív legyen. Ahogy Eco mondja, a neotévé önmagáról és a nézőkkel fennálló kapcsolatáról beszél (Eco, [1983] 1992: 77). A neotelevízió leírásához a performatív hatás modellje az egyik lehetséges, sokak által elfogadott megközelítés. Daniel Dayan és Elihu Katz modellje szerint a néző a televízióval állandó párbeszédet folytat, az üzenetek értelmezése a néző társadalmi kulturális identifikációjának függvénye. A média üzenete így csak azokra van hatással, akik tudják és kívánják használni azt. A befogadók a média diskurzusainak segítségével határozhatják meg saját azonosságtudatukat úgy, hogy a befogadás folyamatában aktív és kreatív szerepet vállalnak. A befogadói helyzetben a befogadó érzelmileg azonosul, elköteleződik a felkínált, főként szórakoztató, új formájú hibrid tartalmak iránt, azonban az azokban szereplő állításokat meg is kérdőjelezheti, el is utasíthatja (Dayan & Katz, 1992). A befogadó így motiváltságának, azonosulásának függvényében egyszerre kreatív alkotó és alávetett befogadói szerepet is betölthet:

> „Ebben az értelmezésben a diskurzus akkor bír hatással, ha morális, esztétikai és racionális mozgósító erejével képes rávenni a befogadót, hogy saját élettapasztalatát és értékeit az adott diskurzus nyelvén fogalmazza újra” (Csigó, 2005: 39).

A posztmodern médiakörnyezetben az objektív valóság külső viszonyítási pontként sem jelenik meg, és az elmélet sem kéri ezt számon rajta. A média egy valóságosnak tűnő szubjektív keretet mutat be. A médiatermék felkínált „igazságának” elfogadása csupán a befogadó motiváltságának és azonosulásának függvénye. A média tehát nem a valóságot mutatja be, hanem egy keretet alkot, amelyet a befogadó motiváltságának, azonosulása függvényében tölt fel jelentésekkel:

> „Dayan és Katz, valamint Alexander szerint a dramatizált önmegjelenítés azért különösen fontos, mert a média által közvetített »valóság« intenzív, katartikus élményekben jön létre, amelyeket esztétikailag és retorikailag erős, mozgósító »előadások« (performance) váltanak ki” (Csigó, 2005: 39).

Ebben a keretben a média nem tud és nem is akar előírni követendő magatartásmintákat, hosszú távon sem lép fel kultivációs hatás, a média nem tudja megváltoztatni a nézői véleményeket, csupán a nézők figyelmének és a médiafogyasztásnak a fenntartásában érdekelt.

A posztmodern média kutatói ezért a tartalom hatása helyett a befogadó médiahasználatának kvalitatív tanulmányozására koncentráltak. A posztmodern megközelítés jó példája Ian Angnak a Dallas-sorozat kapcsán Hollandiában végzett, sokat hivatkozott kutatása (Ang, [1985] 1995), amelyben a szerző által feladott újsághirdetésre érkezett 42 olvasói levél alapján vizsgálta a nézők sorozattal kapcsolatos eltérő médiahasználati és értelmezési stratégiáit. Emellett Janice Radway *Reading the Romance* (1984) című, egy amerikai kisvárosban a nők regényolvasási szokásait sajátos módszerrel vizsgáló kutatása is ennek a kvalitatív eszközökkel végzett, befogadó központú megközelítésnek figyelemfelkeltő példája. Radway könyvének bevezetőjében a következőképpen összegzi munkájának célját:

> „Az itt következő tanulmány alapvetően abból indul ki, hogy ha meg akarjuk érteni, miért sikeresek a szerelmesregények, először is meg kell tudnunk, mi is a szerelmesregény annak a nőnek a számára, aki megvásárolja és elolvassa. Hogy ezt megtudjuk, tudnunk kell, mit kezdenek a romantikát kedvelő olvasók a könyvben talált szavakkal, tehát, hogy miként rakják össze a cselekményt, és milyen módon értelmezik a cselekvők szándékait” (Radway, 1984: 11).

A posztmodern kulturális médiaelméletek médiakörnyezetét a neomédia kereskedelmi televíziói és speciális szórakoztató műsortípusai alkotják, amelyek a mai médiakörnyezet meghatározó elemei is egyben. Ezért a posztmodern elméletek kvalitatív, befogadó központú megközelítései fontosak a mai késő-modern médiakörnyezet vizsgálatához.

Az eddigiek fényében az 1. táblázat szerint összegezhetjük a modern, a posztmodern és a késő-modern médiakörnyezet sajátosságait:

	Modern médiakörnyezet	**Posztmodern médiakörnyezet**	**Késő-modern médiakörnyezet**
A médiakörnyezet meghatározó	őstelevízió	neotelevízió, kereskedelmi televízió, tematikus	hibrid, összekapcsolódó médiumok (internet-televízió)

médiuma		televízió	
Befogadó	passzív, kiszolgáltatott, motiválatlan befogadó	jelentéstulajdonító, a tartalmak között válogató, motivált fogyasztó	tartalomlétrehozó, tartalommegosztó, tudatos, motivált médiahasználó
Kutatás és elméletek ? fókuszafókusza	médiahatás és tömegkultúra-kritika	korlátozott hatás, szemiotika, cultural studies, befogadásvizsgálatok	médiahasználat stratégiái
Jellemző tartalom	központilag szabályozott, ideologikus, kulturális	kereskedelmi, populáris	komplex, hibrid, populáris
Valóság	a média valósága a külső objektív valósághoz viszonyított	a média nem az objektív valóságot mutatja be, hanem egy keretet kínál, amelyet a befogadó motiváltságának, azonosulásának függvényében tölt fel jelentésekkel.	a médiahasználó konstruálja meg a különböző médiatartalmakból és az őt körülvevő társadalmi és kulturális jelentésekből
Elméleti környezet	marxista kritikai irányzat (frankfurti iskola), (poszt)strukturalista elméletek, klasszikus befogadáskutatások	cultural studies (birminghami iskola); rituális kommunikáció, közönség- és recepciókutatások	lehetséges kiindulópontok: „aktív” befogadót feltételező posztmodern megközelítések, a performatív hatás elmélete, a birminghami iskola kritikai megközelítése, közönség és recepciókutatások
Fontosabb elméletek	lövedékelmélet (Lasswell, 1927), kultivációs elmélet (Gerbner, 1969), napirend-elmélet (McCombs és Shaw, 1972), használat–kielégülés-modell (Blumler és Katz, 1974), framingelmélet (Herman és Chomsky, 1988)	kódolás–dekódolás-modell (Hall, 1980), performatív hatás-modell (Dayan és Katz, 1992)	
Kommunikációs modell	transzmissziós	rituális	rituális, részvételen ?alapuló, nyitottalapuló, nyitott

1. táblázat. A modern, posztmodern és késő-modern médiakörnyezet főbb jellemzői

5. Szempontok a késő-modern médiakörnyezet vizsgálatához

Miután megnéztük a késő-modern médiakörnyezet jellemzőit és áttekintettük a főbb modern és posztmodern médiaelméleteket, most ezek alapján a késő-modern médiakörnyezet vizsgálatához, jelenségeinek leírásához próbálok meg néhány fogódzót adni.

5.1. Kiindulópontok

A késő-modern médiakörnyezet kutatásához nélkülözhetetlen, hogy néhány alapvető kiindulópontot meghatározzunk, és ezeket mindvégig figyelembe vegyük munkánk során. A most következő pontok a késő-modern médiáról való gondolkodáshoz nyújthatnak általános fogódzót:

A médiáról való gondolkodás során nem feledkezhetünk el arról, hogy a minket körülvevő, életünket több szállal is átszövő új médiakörnyezet nem egy villámcsapásszerű változás eredményeként jött létre, ezért fontos, hogy a folyamatosság, a folyamatos változás és megújulás jegyében tekintsünk a médiára és a médiaelméleteket termékeny, diszkurzív viszonyba állítva vizsgáljuk.

A média a tapasztalat központi eleme (Silverstone, 2008: 96), ami a komplex késő-modern médiakörnyezetre is maximálisan igaz megállapítás. Ezért a médiát csak a társadalmi és kulturális környezettel együtt vizsgálhatjuk, és természetesen a médiahasználó sem szakítható ki az őt körülvevő tapasztalatok hálózatából, amelyből a média csak egy – igaz, meghatározó – elem.

A késő-modern média a modern és posztmodern nézőpontokat ötvöző hibrid médiaképpel jellemezhető, a kutatásokban a média mint a mindennapi életet keresztül-kasul átszövő populáris diskurzus és gyakorlat értelmezhető (Császi, 2008: 103).

A késő-modern médiakörnyezet médiumainak meghatározó tartalmai a populáris, szórakoztató kategóriába sorolhatók. Mivel a médiahasználat megértéséhez e tartalmak is szorosan hozzátartoznak, nem engedhető meg, hogy azokról a frankfurti iskola szellemében, egy elitista, kritikai keretben gondolkodjunk.

A fenti megállapítások alapján azt gondolom, hogy az új médiakörnyezetet leíró elméletek kiindulópontjaként a média aktív befogadót feltételező posztmodern megközelítései, a performatív hatás elmélete, a birminghami iskola kritikai megközelítése, valamint a közönség- és recepciókutatások elődjének számító modern használat–kielégülés-modell jöhet szóba.

A következő feladat ezért az elméletek állításainak késő-modern médiakörnyezetben történő empirikus tesztelése lehet, ez megmutathatja, hogy mely elméleti irányok lehetnek hasznunkra a késő-modern médiahasználat pontosabb megértéséhez.

5.2. Kérdésfelvetés

A késő-modern médiakörnyezet bevezetőben ismertetett jellemzői – a hibrid, egymással összekapcsolódó médiumok, a médiumok között szabadon vándorló tartalmak, az aktív befogadó és tartalomlétrehozó médiahasználó – számos új, megválaszolásra váró kérdést vetnek fel. E kérdéseket csak látszólag lehet statisztikai műveletekkel és azokra alapozott ok-okozati összefüggésekkel megválaszolni. A késő-modern médiakörnyezet lehetséges megközelítése a korábbi kérdések esetében csak akkor lehet érdekes, ha új megvilágításba helyezzük azokat. Az új médiakörnyezetre ugyanis nem érvényesek a modernista válaszkezdemények, amelyek a média és a befogadó, a média és a társadalom viszonyát kísérelték meg leírni. Korábban már többször esett szó a késő-modern médiakörnyezet vizsgálatakor feltehető releváns kérdésekről, most néhány speciálisabb kérdéskört érintek röviden.

5.2.1. Médiaintézmények

Az új médiakörnyezet a „globális” és a „hálózati” fogalmak mentén írható le. A lokális centrumokba tömörülő hierarchikus médiaintézmények helyett globális hálózatokba szerveződő multinacionális cégbirodalmak és mellettük alternatív médiumok, médiavállalkozások jelennek meg. Ezért nem érvényesek a helyhez és időhöz „kötöttség”, a társadalmi beágyazottság szempontjai sem. Új keretben vizsgálható a médiatartalmat előállító intézményi rendszer is. Egyrészt a felhasználók a blogok, a webre feltöltött tartalmak (videók, hanganyagok), a közösségi portálokon létrehozott profilok révén maguk is médiummá válhatnak, és az általuk közzétett tartalmakat milliók fogyaszthatják világszerte. Az ilyen, felhasználók által létrehozott egyedi tartalom előállítása esetében nem beszélhetünk központosított ideológiaközvetítő és -előállító rendszerről, hiszen annak létrehozásában egyedül az individuális felhasználók szerepe a döntő. Az új médiakörnyezet médiumainak üzeneteiről általánosan elmondható, hogy mivel nehezen azonosítható a híreket gerbneri értelemben birtokló és létrehozó médiaintézmény, valamint a médiumok sokszor nem a saját maguk által létrehozott tartalmat osztják meg, nehezen vizsgálhatók úgy, mint egy uralkodó ideológia közvetítői.

Másrészt ezzel egyidejűleg megfigyelhető a globális médiahatalmak központosuló rendszere is, amely eltérő nemzetiségű, különböző kultúrájú individuumok csoportjainak nyújtott uniformizált szolgáltatásokkal válik hatalmas, nemzetek feletti médiahatalommá. Ez az új médiacentralizáció megfigyelhető a helyi közösségi oldalakat gyorsan lekörözö globális és multikulturális Facebook vagy a Google cégbirodalmának esetében, de a több ország médiumai feletti tulajdonosi jogokat birtokló globális televíziók, rádiók és sajtótermékek esetében is.

5.2.2. Valóság

Hall szemiotikai elmélete óta nem tartható az egy üzenet és egy jelentés koncepciója. A különféle hibrid médiumokból gyűjtögető médiahasználó is teljes szabadságban értelmezheti a médiatartalmakat. A modern elméleteiben kulcsfontosságú objektív valóság a késő-modern médiakörnyezetben viszonylagossá válik, csak az számít annak, amit a médiahasználó maga alkot meg a rendelkezésre álló üzenetek felhasználása és a saját maga által létrehozott, új kulturális-társadalmi jelentések és különböző értelmezések révén. Legfontosabb kérdésünk ezért csak arra vonatkozhat, hogy a felhasználó hogyan és mire használja a hibrid média tartalmait, üzeneteit, azokból miként konstruálja meg identitását és az őt körülvevő társadalmi és kulturális jelentések révén ezekből saját valóságát.

5.3. Módszertan

A médiával kapcsolatos kutatások egy része még ma is kvantitatív, statisztikai jellegű. Megméri, kik, hol és mennyi ideig használják a különböző médiumokat, és ebből próbál messzemenő következtetéseket levonni a média működésére és társadalmi, kulturális hatásaira vonatkozóan. Más részük a média tartalmainak szubjektív, spekulatív kritikai elemzésével kívánja elérni ugyanezt.

Az eddigiek alapján nem meglepő, ha osztva a sokak által leírt megállapítást, azt állítom, hogy sem a modern pozitivista irányzat tömegkommunikációs kutatásai, sem a frankfurti iskola kultúrkritikai megközelítése nem képes kellően árnyaltan leírni a média és a társadalom, a média és a befogadók jelenlegi viszonyát.

A késő-modern médiakörnyezet kutatása akkor lehet eredményes, ha a média intézményeinek hatalmi struktúrája és a szövegek ideológiai, kritikai elemzése helyett a kvalitatív közönségkutatások hagyományát folytatva újra a médiahasználatra összpontosítunk, ahogy azt a posztmodern elméletek is tették. Ezért el kell hagyni a számok sokat ígérő, de keveset adó világát, és az állandóan változó médiakörnyezetet a tágabb társadalmi és kulturális környezettel, a médiafogyasztást a többi társadalmi cselekvéssel együtt, egészében vizsgálva a komplex médiahasználattal jellemezhető médiahasználóra kell helyeznünk kvalitatív szemléletű kutatásaink fókuszát.

5.4. A késő-modern médiakutató feladata

Végezetül a késő-modern médiakutató feladatára térnék ki röviden, mert azt gondolom, hogy egy helyét kereső tudomány képviselője számára különösen fontos, hogy megtalálja társadalmilag hasznos feladatát, ami elsősorban azoknak hoz hasznot, akik biztosítják neki a kutatáshoz szükséges feltételeket. „A tudományosság dolga tehát,

egyszerűen fogalmazva, olyan jelentések előállítása, melyek alapján cselekedni tudunk. Itt nem a felfedezés tudományáról van szó, hanem az emberi megértés módszereiben való részvételről" (Anderson, 2005: 227).

A fentiek fényében, amennyiben elfogadjuk, hogy munkánknak lehet társadalmi haszna, arra kell törekednünk, hogy a mindent magyarázó, késő-modern médiakörnyezetet leíró szuperelmélet megalkotása helyett – amelyre már a posztmodern sem törekedhetett – a hálózatba szerveződő médiumok befogadóinak, felhasználóinak médiahasználatára vonatkozó gyakorlati kutatásokat végezzük el. Meg kell vizsgálni, hogy a médiakörnyezet átalakulása, a társadalmi-kulturális változások, a médiafogyasztás módjai, a médiatudatosság szintjének változásai és a korábbi médiaelméletek szempontjai, például a társadalmi, szociális viszonyok magyarázzák-e, és ha igen, mennyiben a ma médiájához való „befogadói" viszonyulásokat.

Ahhoz, hogy értsük a késő-modern médiakörnyezet működését, át kell értékelnünk a média modernista megközelítéseit, és végérvényesen felül kell írnunk a médiáról szóló aktuális diskurzus modernista és leegyszerűsítő kijelentéseit. Ennek során újra kell fogalmaznunk kérdéseinket, módszereinket, és lehet, hogy ennek eredményeként majd több évtized távlatából elmondhatjuk, hogy már jobban értjük azt a jelenséget, amely tapasztalataink, élményeink elsőszámú forrásaként átszövi mindennapjainkat, és amely különböző formái előtt napi több órában, rendszeresen áldozunk. A késő-modern médiakörnyezet kutatójaként ez lehet társadalmilag is hasznos és releváns elvégzendő feladatunk, amennyiben beszélhetünk a médiakutatás közvetlen társadalmi hasznosságáról.

Irodalom

Anderson, James, A. (2005): *A kommunikációelmélet ismeretelméleti alapjai.* Budapest: Typotex.

Ang, Ien ([1985] 1995): A Dallas és a tömegkultúra ideológiája. *Replika*, 17–18. sz. 201–214. o.

Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás, szerk. (2007): *Média–nyilvánosság–közvélemény.* Budapest: Gondolat.

Angelusz Róbert & Tardos Róbert (1998): Médiahasználat vagy médiafogyasztás? A televíziónézés egy empirikus tipológiája. In: *Jel-Kép,* 3. sz. 3–23. o.

Bajomi-Lázár Péter (2008): *Média és társadalom.* Budapest: PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány.

Belinszki Eszter (2000): A kritikai kultúrakutatás a médiaelemzés gyakorlatában. *Médiakutató*, ősz. 61–75. o.

Béres István & Horányi Özséb, szerk. (2001): *Társadalmi Kommunikáció.* Budapest: Osiris.

Carey, James (1988): *Communication as Culture.* London: Routledge.

Castells, Manuel (2005): *A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest: Gondolat-Infónia.

Cohen, Bernard C. (1963): *The press and foreign policy.* Princeton: Princeton University Press.

Császi Lajos (2002): *A média rítusai.* Budapest: Osiris.

Császi Lajos (2008): Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató*, ősz. 93–108. o.

Csigó Péter (2005): Közéleti diskurzusok és identitások a népszerű média terében. Miért nincs hatásuk a kereskedelmi híradóknak? *Médiakutató*, tél, 33–57. o.

Dayan, D. & Katz, E. (1992): *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

De Fleur, M. (1966): *Theories of Mass Communication*. New York: McKay.

Dessewffy Tibor & Gayer Zoltán (1999): A múlékony kép jármában, avagy van-e szabadság a képernyő előtt? *Replika,* 38. sz. 19–87. o.

Eco, Umberto (1992): Már nem átlátszó a képernyő. In: Eco, Umberto: *Az új középkor*. Budapest: Európa Könyvkiadó.

Fiske, John (1986): Television: Polisemy and Popularity. In: *Critical Studies in Mass Communication.* V.3, pp. 391–408.

Gerbner, George (2000): *A média rejtett üzenete.* Budapest: Osiris & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Griffin, Em (2003): *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Budapest: Harmat.

Hall, Stuart ([1980] 2007): *Kódolás-dekódolás*. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Budapest: Gondolat.

Hammer Ferenc (2006): A közvetlen médiahatásokról való beszéd természetéről. *Médiakutató*, nyár, 97–102. o.

Hardt, Hanno (1991): *Critical Communication Studies.* London & New York: Routledge.

Hirsch, Paul (1980): The “scary world” of the non viewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, Part I. *Communication Research*, 7, pp. 403–456.

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

Hughes, Michael (1980): The Fruits of Cultivation Analysis: A Reexamination of Some Effects of Television Watching. *Public Opinion Quarterly,* 44. pp. 287–302.

Jean Baudrillard ([1981] 2007): *A jelentés összeomlása a médiában.* In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény.* Budapest: Gondolat.

Jenei Ágnes (2006): Neotelevízió: válság vagy megújulás? *Médiakutató*, tavasz, 39–53. o.

Jenei Ágnes (2008): *Táguló televízió*. Budapest: PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány.

Jensen, Klaus Bruhn (1999): Befogadásvizsgálatok: a jelentés társadalmi természete. *Replika*, 38. sz. 55–62. o.

Katz, Elihu & Blumler Jay & Gurevitch ([1974] 2007): A tömegkommunikáció használata az egyének által. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média– nyilvánosság–közvélemény*. Budapest: Gondolat.

Lasswell, Harold ([1927] 1971): Propaganda Technique in World War I. Cambridge, MA: MIT Press.

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald ([1972] 2007): *A média témakijelölő funkciója*. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Budapest: Gondolat.

McLuhan, Marschall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge & Kegan Paul.

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

Morgan, Michael & Shanahan, James ([1997] 2007): A kultivációkutatás két évtizede: értékelés és metaanalízis. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Budapest: Gondolat.

Morley, David (1999): A Nationwide néző̋i, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást? *Replika*, 38. sz. 29–53. o.

Postman, Neil (1993): *The Surrender of Culture to Technology.* New York: Vintage Books.

Radway, Janice (1984): *Reading the Romance*. Chapell Hill: University of North Carolina Press.

Rogers, M. Everett & Hart B. William & Dearing W. James ([1997] 2007): *A napirend-kijelölés kutatásának paradigmatikus története.* In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Budapest: Gondolat.

Ross, Philip & Elliott, Courtney ([1975] 2007): *A „használat és szükségletkielégítés-kutatás” bírálata és szociológiai alternatívája*. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Budapest: Gondolat.

Silverstone, Roger (1999): A közönségről. *Replika,* 38. sz. 63–87. o.

Silverstone, Roger (2008): *Miért van szükség a média tanulmányozására*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Szecskő Tamás ([1966] 2009): A tömegkommunikáció és társadalom. *Akti dokumentumok 3.* Budapest: AKTI

Szecskő Tamás (1976): *A televíziós jelenség*. Budapest: Gondolat.

Tamás Pál (2001): A tematizációról. In: Béres István & Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Budapest: Osiris.

Varga Barbara (1999): Manuel Castells és a McLuhan-galaxis halála. *Jel-Kép*, 2. sz. 59–74. o.

Lábjegyzetek

1
A modern médiakutatást meghatározó frankfurti iskoláról bővebben lásd például Hardt (1991), McQuail (2003).

2
A médiatörténet hármas korszakolását (modernitás–posztmodernitás–késő-modernitás), Császi Lajos tanulmánya alapján használom (Császi, 2008).

3
A tömegkommunikációs elméletek áttekintését lásd például McQuail (2003), Griffin (2003).

4

Erről lásd Bodoky Tamás „Támad a civilmédia: minden ötödik Index-olvasó blogol” című írását lapunk 2008. nyári és Bajomi-Lázár Péter „Hírközlés tegnap és ma” című írását lapunk 2009. őszi számában – a szerk.

5 Lásd még Jenei Ágnes „Kereskedelmi televízió és demokrácia” című írását lapunk 2005. őszi számában – a szerk.

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

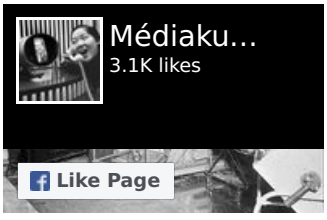
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017. Impresszum Szerzőinkhez

Médiakutató 2010 nyár

Dokumentumfilm

Murai András:

Meggyőzés és vizuális élvezet

Antikapitalista és antiglobalista dokumentumfilmekről

Az utóbbi években feltűnően megnőtt a fogyasztói létformát és a kapitalista intézményeket kritizáló, valamint a globális természeti katasztrófára figyelmeztető dokumentumfilmek száma. Az elsősorban amerikai munkákban a határozott társadalomkritika szorosan összefonódik a meggyőzés szándékával és a szórakoztatás igényével, illetve az erős vizuális hatással. A befolyásolás eszközeinek gyűjtőhelyei a kétezres évtized antikapitalista dokumentumfilmjei. Írásomban áttekintem, milyen módszerekkel igyekeznek e filmek véleményünket formálni, amikor a kapitalista társadalmi berendezkedés alapvető hibáit sulykolják, vagy a személyes felelősségre, az életmód-változtatás szükségességére figyelmeztetnek.

A kapitalista szisztéma leleplezésére vállalkozó és a globalizációs folyamatok kártékony hatását bemutató munkák elkötelezettek, vállalják céljukat, meggyőzési szándékukat és meggyőződésüket. Ezért nevezhetjük ezeket a filmeket tézis-dokumentumfilmeknek: jelölve így elfogultságukat és pártosságukat. A mérvadónak vélt filmek elemzésével nem az általuk tárgyalt témák fontosságát, vagy az arról való beszéd szükségességét kérdőjelezzük meg. Ugyanakkor példákon keresztül felmutatni módszereiket, működési mechanizmusukat, alaposabban szemügyre venni képi és narratív stratégiáikat, segít annak megértésében, hogy a kortárs társadalomkritika milyen filmes műfajokban és milyen módszerekkel juttatja el üzenetét nézőihez.

A cél: kauzalitás és rácsodálkozás

A neoliberális gazdasági mechanizmust ostorozó alkotások kapcsán általában Michael Moore munkáiról esik szó. Kétségtelen, hogy a kritikusai által „médiagerillának” vagy „bulvár-dokumentumfilmesnek”[1] is titulált Moore ma a világ egyik, ha nem a legnépszerűbb dokumentumfilm-rendezője, fesztiválsikerek és magas nézettségi adatok birtokosa. Rendezései nemcsak témái, hanem stílusa miatt is érdekesek, hiszen új színt hozott a dokumentumfilmek világába: élményközpontú, ideológiai alapú alkotásai szórakoztatva adják el elképzeléseit a kapitalista rendszerről. Hiába, hogy populizmusa és érvelésmódja miatt sokan okkal gyanakvóan tekintenek Moore anyagaira, hatása egyértelműen érződik az elmúlt évtized hasonló jelenségeket boncoló filmjein (legjobb „tanítványának” Morgan Spurlockot, a 2004-ben készült *Super Size Me* rendezőjét tekintik).

Anélkül, hogy minden szempontból egy kalap alá vennénk, mondjuk egy Moore-filmet és a liberális gazdasági folyamatok természet- és kultúrapusztító hatását tanzániai példán demonstráló francia-osztrák *Darwin rémálmá*t (Hubert Sauper, 2004), szembetűnők e filmek szerkezetének, dramaturgiai felépítésének és képi kifejezésének hasonló vonásai. Alapvető céljuk ugyanis válaszolni a kérdésre: miként működnek *valójában* a dolgok a világban? A tárgyalt dokumentumfilmek lényegében az általuk választott téma átfogó narratívájának megteremtésére törekednek, amihez három, egymást feltételező problémakört kell tisztázniuk. (Ezt a sémát találjuk általában a világ állapotát történetekkel magyarázó műfajoknál. Gerbner, 2000:11).

1.) Mi mivel van összefüggésben? Cél a láthatatlan viszonyok feltárása vagy a nem tudatosult mechanizmusok tudatosítása. Ez lényegében a világ jelenségeinek ok-okozati viszonyba rendezését, illetve a már ismert rendszerek új nézőpontból történő megvilágítását jelenti. Azt kell elérni, hogy a néző rácsodálkozzon a dokumentumfilm tálalta világra, és ezen túl olyat is meglásson benne, amit korábban talán észre sem vett. E logika kritikájaként rögtön meg is jegyezhetjük, hogy azért, mert két jelenség között viszony van, nem biztos, hogy egyik a másik okozója – ezt gyakran figyelmen kívül hagyják vagy tudatos manipulációra használják e filmek, s a „mi mivel van összefüggésben?” kérdésre adott válasz időnként összeesküvés-elméletekben ölt formát (különösen jellemző ez Michael Moore munkáira).

2.) Minek nevezzelek? A cél az egyes dolgok „valódi” jelentésének definiálása, a jelenségek leírása. A filmek elvégzik életünk tárgyalt szegmensének enciklopédikus áttekintését, a szereplők, helyzetek, folyamatok értelmezését, szabatos és találó megfogalmazását. Ebben a második kérdéskörre adott válaszban sokszor

tapasztalhatjuk az egyoldalúságot, ugyanis a jelenségek szféráját egy előre kialakított állításnak alárendelt érvelés szempontjából értelmezik.

3.) Hogyan viszonyuljon mindehhez a néző? A filmek hangvételére leginkább a felszólító mód jellemző, a cél a néző direkt megszólítása: vedd észre, harcolj ellene, legyél velünk! A meggyőzés célja az attitűd megváltoztatása, ami aztán módosíthatja véleményünket, észlelésünket, érzelmi viszonyulásunkat és cselekvéseinket. (Bettinghaus, 2003: 239)

A tematizáció: bűnök és bűnösök

E filmek meggyőző szándékából jól kiolvasható, hogy alkotóik tisztában vannak a művek témakialakító és témastrukturáló funkciójának jelentőségével, azzal, hogy szabályozhatják a befogadók világról kialakított képét. Az antikapitalista és antiglobalista dokumentumfilmek agendái és „a befogadók tematikus prioritásai" összekapcsolódnak (Tamás, 1999: 139). Fragmentált tudásunk és problématudatunk találkozik a téma előre értelmezett és összefüggésekbe rendezett megjelenítésével. A filmek alkotói feltételezhetik, hogy a nézők az adott jelenséghez, problémakörhöz kapcsolódó információkat nem tudják maradéktalanul összegyűjteni, és a teljesség igényével összerendezni, és ez a feltételezés számukra előnyös pozíciót jelent, akár küldetéstudattal is felruházhatja őket, vagyis nem elsősorban a közvetítő, hanem az igazmondó szerepébe helyezi a filmeket.

A célpont a kapitalista rendszer, a fogyasztói életforma, s ettől elválaszthatatlanul a globális problémák. Indulhatunk ellenkező irányból is, mint teszi például *A hülyeség kora* (Franny Armstrong, 2009), a *Kellemetlen igazság* (Davis Guggenheim, 2006) vagy *Az utolsó óra* (Leila Conners Peterson és Nadia Conners, 2007), tehát a környezet katasztrofális állapotától és a fogyasztás köré szerveződő életforma prognosztizálhatóan súlyos következményeitől, ugyanoda jutunk. Nevezetesen a globális vállalatok mindent elpusztító működéséhez, valamint ehhez a helyzethez és jövőképhez való személyes viszony kialakításának szükségességéhez.

A közvetlenül a kapitalista intézményeket támadó filmek többnyire úgy beszélnek a kapitalizmus csődjéről vagy létformánk fenntarthatatlanságáról, hogy nem gyártanak ellen-ideológiákat és nem kínálnak alternatívákat a versenyszellem, a fogyasztás és a profit mindenhatóságával szemben.

Az antikapitalista dokumentumfilmek közös vonása a bűnös megnevezése, a gonosz konkretizálása. Ebben a módszerben Michael Moore jár élen. „A kapitalizmus maga a legális rablás" – nyilatkozza legújabb, 2008-as *Kapitalizmus: szeretem! (Capitalism, A Love Story)* című filmjével kapcsolatban (Epres, 2010: 62). Munkáit baloldali politikai elkötelezettség hatja át, amikor szarkasztikus humorát és kameráját „fegyverként" a Bush-család (*Fahrenheit 9/11*, 2004) vagy a „rossz irányba fordult" amerikai kapitalizmus (*Kapitalizmus: szeretem!*) ellen fordítja. A *Kóla, puska, sült krumpli* (*Bowling for Columbine*, 2002) című filmje üzenete szerint az amerikai társadalom abnormalitásának egyik meghatározó oka az egyéni és a nemzeti fegyverkezés. A *Sicko*ban (2007) az egészségügy rémtetteiről számol be, a *Fahrenheit 9/11*-ben a Bush és a Bin Laden-család összefonódására mutat rá, és az iraki háború gazdasági motivációit leplezi le. A *Kapitalizmus: szeretem!* már a teljes amerikai gazdasági és állami rendszer populáris kritikája. Moore sok bírálatot kap egyoldalú tényfeltárása, vagyis demagógiája miatt, filmjeinek kiemelkedő nézettsége és a fesztiválsikerek azonban – paradox módon – az amerikai politika és a fogyasztói társadalom leleplezőjét jól érvényesülő, sikeres médiasztárrá tették.

A bűnös és az ő bűnei tematizálásának másik szélsőséges példája a *The Corporation* (Jennifer Abbott, Marc Achbar, 2003): a film a vállalatokat szörnyszülöttként ábrázolja és minden rossz alfájának és ómegájának a részvénytársaságokat tekinti. Ők felelősek a gyerekmunkától a törvényszegésen át a globalizációig, a környezetpusztítástól a daganatos megbetegedésekig, sőt még a holokaussztal is összefüggésbe hozza a film az IBM részvénytársaságot (az ő gépeikkel rendszerezték az áldozatok kartonjait). A film egésze a részvénytársaságra, mint a társadalmat pusztító szörnyszülött metaforájára épül, így alkalmas arra, hogy a legkülönfélébb jelenségekhez hasonlítsák, a daganatos sejttől a mindent felfaló cápáig. A meggyőzés folyamatában fontos szerep jut a „stílusbeli változóknak" (mint amilyen az üzenet tényszerűsége és humorossága). A meggyőzés erejét növeli a metaforák használata (McGuire, 2001: 142). A Vállalat a társadalmi együttélésre alkalmatlan pszichopata szörny, amely nem képes a normáknak megfelelő interakciókra. A film, mint egy orvos, sorolja a diagnózist: tartós kapcsolatra való képtelenség, notórius hazudozás... A *The Corporation,* miközben leleplezi a Vállalat visszásságait, a képi befolyásolás arzenálját sorakoztatja fel, s éppen úgy elad (önmaga igazát), mint egy vállalat.

A leglátványosabb a filmben talán a horror műfaj felhasználása: „Ahogy Frankenstein legyőzte saját teremtményét, úgy pusztít el minket a saját teremtményünk, a részvénytársaság." Miközben e mondatokat halljuk, egy Frankenstein-filmből látunk részletet, amelyben a teremtmény összeroppantja alkotóját, jól hallhatóan ropogtatva csontjait. Hatásos képi hasonlat – a *The Corporation* mint horror történet, a Vállalat mint szörnyszülött. A (köz)ellenség megnevezésével és analízisével, valamint az ellene felvehető harc lehetőségével hollywoodi narratívát kapunk.

Morgan Spurlock, a *Super Size Me* rendező-narrátora a gyorsétterem-hálózatok ellen indított támadást, amikor arra vállalkozott, hogy egy hónapig kizárólag McDonald's-ban étkezett, és a fogyasztás–egészségváltozás kölcsönhatását folyamatosan dokumentálta. A McDonald's önkéntes áldozata alig harminc nap alatt életveszélyes állapotba került. A film egyetlen állítás – a gyorsétterem ételei jelentősen károsítják az egészséget – bizonyításának rendel alá mindent. Szerinte a gyorséttermi ételek bűne azonban nem csupán a fogyasztók szervezetének intenzív rombolása: egyetlen jelenség hatását szinte az élet egészére kiterjeszti, vagyis a gyorséttermek menüi rontják a diákok közérzetét az iskolákban, függőséget okoznak, párkapcsolatokat tesznek tönkre. A nebulók műveltebbek a gyorsétterem logóiban, mint hazájuk történelmében.

A nagy kiárusítás (Florian Opitz, 2007; kivételesen német és nem amerikai film) a privatizáció és a neoliberális gazdasági modell ellen lép fel. A film tanulsága szerint Földünkön ok-okozati összefüggésben áll két átfogó jelenség. A privatizáció (legyen annak célpontja a dél-afrikai áramszolgáltatás vagy a bolíviai város vízellátása) és annak következménye, a teljes elszegényedés és totális kiszolgáltatottság. A folyamatok katalizátoraként pedig a globális pénzügyi szervezeteket, konkrétan a Világbankot és a Valutaalapot nevezi meg. A kisember és a világcég közötti lépcsőfokok bemutatását lenyeli a film.

A globalizációs problémák felől közelítő dokumentumfilmek dramaturgiájukban és – majd látni fogjuk – a befolyásolás képi eszközeit tekintve is az előző filmekhez hasonlóan működnek. Adottak a tézisek (például: Földünk az utolsó órában van, vagy a globális környezeti katasztrófa okai a globális vállalatok), s a filmek lényegében e tézisek melletti érvelésből állnak. A premisszák megkérdőjelezhetetlenek, a hangsúly a „fogásokra" helyeződik, hogyan lehet igazunkról másokat meggyőzni. A bűnök és bűnösök megnevezése, valamint az apró részletekből kirakott történetek itt is fontos elemei e filmeknek – általuk magyarázhatóvá és átláthatóvá válik a világ.

A hülyeség kora fikciós elemekkel ötvözi a dokumentumfilmes módszereket, amikor utópisztikus keretbe helyezi a jelen önmagát kiirtó létformáját. 2055-ben a globális archívumban a Föld emlékeit tárolják. A múzeum tulajdonosa mindentudó számítógépén mutatja meg és meséli el nekünk, mi történt 2005 körül és azután, ami a globális pusztuláshoz vezetett. A narrátor egy emberöltő távlatából veszi számba, mi mindenen kellett volna változtatni, hogy elkerüljük a természeti és kulturális végállapotot. A néző számára világosan elkülönülnek a képzelet teremtette, jövőben játszódó, és a jelen valóságát bemutató részek, ugyanakkor a két állapot közötti oksági viszony lelkiismeretünkre és felelősségérzetünkre apellálva tanít a pillanatnyi sikeren és kényelmen túlmutató gondolkodásra. A film állítása szerint az első számú bűnösök az olajipar résztvevői (különösképpen a Shell, de a konkrét „esettanulmányban" egy új indiai légitársaság fiatal vezetője sem sokat foglalkozik a repülők szennyező hatásával). Az ellenségképben meghatározó helyen áll az USA, és általában a fogyasztói életforma.

A *Kellemetlen igazság*ban Al Gore a Föld megmentése és önmaga nélkülözhetetlen szerepe mellett kampányol. A 2000-ben George W. Bush ellen elszenvedett választási vereség után a volt alelnök a bolygónk iránt érzett felelősségtől hajtva járja öt kontinens országait „globális felmelegedés" műsorával. Az előadások alkotják a film vázát, amelyet Gore személyes életútja tesz elbeszélhető történetté. A dokumentumfilm az amerikai műfaji filmek archetípusaira épít. Két főszereplője van: a globális felmelegedés és Gore. Van tehát „ellenfél", akivel fel kell venni a harcot, adott a személyes kihívás, a magányos hős (Gore közeliben fényképezett töprengő arcát úszó jégtáblák, füstölgő gyárkémények váltják), s időnként a bűnösök között megjelenik a Bush-kormány.

Lényegében a félelmet tematizálják a környezeti katasztrófára figyelmeztető, és a globális kapitalizmus hazugságaira és veszélyeire rámutató munkák. Ha a meggyőzés funkciója az attitűd megváltoztatása, illetve valamilyen szándékolt hatás kiváltása a befogadóból (Siklaki, 1994: 11-13), ezen dokumentumfilmek a félelem, aggodalom kiváltására apellálnak, s ebből fakadóan a vélemény és cselekvés megváltoztatására. A negatív módon történő befolyásolás az elutasításból, az oda nem figyelésből, a hárításból fakadó káros következményeket hangsúlyozza (McGuire, 2001: 300-308). A képek pedig kiválóan alkalmasak a mindehhez szükséges emocionális töltés átadására.

A műfaj: dokumentum vs. propaganda

A propaganda a tömegek vágyainak fókuszálását valósítja meg. Szívesen veszi az állampolgár, ha a sokféle ideológia, eszme, vélemény, ajánlat között leegyszerűsített döntési helyzet elé állítják (Kiss, 2006: 12). A kapitalizmus és a fogyasztói létforma ellen kampányoló dokumentumfilmek célja egyszerű képletekben leírni a világ működését, ezért ezen igyekezetükben gyakorta a propagandafilm sajátosságait is magukon viselik.

A dokumentumfilmet egyrészt a fikciós filmmel szembeállítva szokták meghatározni, mint olyat, amely nem fikciós film, vagyis amely a valóság minél objektívebb feltárására, bemutatására törekszik. Másrészt a dokumentumfilm műalkotás is, tehát konstrukció, amelyben nézőpontok érvényesülnek, ahol a szelekció, kiemelés, sűrítés elkerülhetetlen. A kettő aránya azonban lényeges. Michael Moore filmjeiben épp ez utóbbi (szubjektív nézőpont, egyoldalúság) kelleténél nagyobb arányát találhatjuk a tényszerű bemutatáshoz képest. Emiatt nevezték filmjeit filmpublicisztikának, agitkának, propagandának is (lásd pl. Schubert, 2007), vagy ugyanezért a *The Corporation*t „antiglobalista propagandafilmnek" (Mihancsik, 2005: 18).

A dokumentumfilm célja a megismerés, egy személy vagy közösség, egy helyzet, egy sors analízise, s a megismerés érdekében a kamera előtt bomlik ki a szituáció, és épül fel a történet. Az itt tárgyalt filmek pont fordítva működnek: eleve adott egy tézis, aminek igazolása a film. Az „igazság" van előbb, s ehhez illeszkednek, mintegy igazolásul a konkrét szituációk.

A két eljárás és gondolkodásmód közötti különbséget jól szemlélteti két, szinte egy időben bemutatott film, a *The Corporation* és a magyar *Új Eldorádó* (Kocsis Tibor, 2004). A végeredmény – a globális vállalat embertelen mechanizmusának bemutatása – nagyon hasonló, de a két film lényegesen más úton jut odáig. Az *Új Eldorádó* (egyébként magyar viszonylatban jelentős, a mozikban 25 ezer körüli nézőszámot produkáló film) a romániai Verespatak lakóinak kálváriáját mutatja be. A történet szerint a település alatt és körül aranyat találtak, a község 300 tonna aranyon fekszik. Egy kanadai bányászcég szeretné az egész községet felvásárolni, és ezzel együtt természetesen eltüntetni a föld színéről. Kocsis Tibor jelen van kamerájával a település életében, részt vesz mindennapjaikban, beszélget a lakosokkal. Azokat is megkérdezi, akik már eladták a multinacionális vállalatnak házukat és elköltöztek, és azokat is, akik ragaszkodnak szülőföldjükhöz (halottaikhoz, templomukhoz). A cég vezetője is elmondhatja terveit és érveit. A *The Corporation* című amerikai dokumentumfilm tézise, hogy a részvénytársaságokat terheli a felelősség többek között a környezeti károkért is. Emellett sorakoztat fel érveket

bőségesen áradó képi anyag kíséretében. Az *Új Eldorádó* egy konkrét eset – több évig tartó – nyomon követésével szintén megmutatja a multik emberre, kultúrára, környezetre veszélyes „észjárását". A *The Corporation*ről mondja Szilágyi Ákos, hogy „nézésre mozgósít és nem cselekvésre, a világot nem mint megváltoztatni valót, hanem mint néznivalót kínálja fel" (Mihancsik, 2005: 20). Ezzel szemben az *Új Eldorádó* mozgósít, cselekedtet, segíteni próbál a tragédia megakadályozásában. A filmet ugyanis nemcsak fesztiválokon vetítették, hanem bemutatták politikusoknak, szakértőknek és döntéshozóknak is.

Konkrét személyes történeteket természetesen az amerikai dokumentumfilmek is szívesen használnak, két okból is. A kiválasztott példák hitelesítik az üzenetet, így jól használhatóak érvként, másrészt együttérzést is kiválthatnak a nézőből. A *Sicko*ban például számos, az egészségbiztosítás áldozatainak megrendítő emberi drámáját látjuk. A károsult, tönkretett személyek, családok történetén keresztül ismerkedünk az amerikai szociális háló valódi lényegével. Az idős házaspár orvosi kezelési költségére a házuk és vagyonuk is rámént, nincstelenekké lettek, s gyerekükhöz kénytelenek költözni. A családapa csontvelő-átültetését nem tartotta szükségesnek a biztosító, ezzel – a film sugallatában – a halálát okozta. *A kapitalizmus: szeretem!* című filmben kilakoltatott emberek szomorú és sajnálatraméltó sorsa állíthatja Moore ideológiája mellé az együttérző nézőt.

Moore eljárásától lényegesen távol áll Florian Opitz módszere, aki nemcsak felvillantja, hanem nyomon is követi az egyéni sorsokat, s ezek az egyedi esetek, megrázó élethelyzetek a privatizáció elleni érvei. Ezért is hozhat összefüggésbe *A nagy kiárusítás* forgatásával egy halálesetet. A dél-afrikai Bongani szívesen beszél a kamerába áramtolvajságáról. Ő a „partizánok" egyike, aki a privatizáló céggel és az állami karhatalommal szembeszállva visszakapcsolja az áramot azok háztartásába, akiktől – fizetés hiányában – megvonták azt. A film forgatása után pár hónappal Bongani meghal – túl sok kárt okozott a nagyvállalatnak, sugallja a rejtélyes eltűnés magyarázatát a film végi felirat.

A szóban forgó filmek nem titkolják meggyőző szándékukat. Igaz, a meggyőzés nyíltságának tekintetében differenciált képet mutatnak. Vannak alkotások, amelyek hízelegve igyekeznek bevonni saját gondolatvilágukba, jelezve, „számítunk rád, értelmes néző". Jó példa erre *A hülyeség kora,* amely már a főcímében megszólít, szándéka szerint saját látómezejébe von azzal, hogy a stáblistán a szereplők között olvashatjuk: „és te". Más alkotásoknál nem mindig lehet a néző tudatában annak, hogy épp meggyőzni készülnek őt. A meggyőzést ugyanis definiálhatjuk úgy, mint amikor mindkét fél, a meggyőzendő és a meggyőző is tisztában van a meggyőzés szándékával. Ha ez a szándék nem világos mindkét fél számára, a meggyőzés helyett inkább manipulációról érdemes beszélni (Siklaki, 1994: 11) Azt is tudjuk ugyanakkor, hogy a meggyőzés és a manipuláció között sokszor lehetetlen éles válaszvonalat húzni. *A vállalat*, *A nagy kiárusítás*, a *Sicko* vagy a *Kapitalizmus: szeretem!* azért készültek, hogy saját értékrendszerük és nézőpontjuk igazát hirdessék, ám úgy tesznek, mintha a valóság objektív elemzését végeznék el, illetve, mintha e kettő, mármint a saját nézőpont és az objektív valóság fedné egymást.

Gyakran a filmek önmaguk szerepét, felelősségét is felnagyítják: az a dolguk, hogy az információk zűrzavarában rendet tegyenek, és a valós összefüggéseket – most már „végre" – megmutassák. A *The Corporation* című film például ezt úgy éri el, hogy ügyes montázzsal pillanatok alatt felskicceli a részvénytársaságokról kialakult vitát. Ebben az egy percben a kulcs a „férges alma" metafora. „Persze, van köztük néhány férges alma" – mondja Bush a részvénytársaságok védelmében. Majd gyors montázsban a kommentátorok és szakértők paródiává összevágott reakcióját látjuk, amiből semmi mást nem érzékelünk, csak azt, hogy fontos a probléma és senki nem tudja a helyes választ. A film azonban az igazi tudás birtokosaként lép színre, s válaszol a kérdésre, férges alma-e minden részvénytársaság. „Igen."

A filmek – dokumentumfilmektől jogosan elvárható – erényének nevezhető, hogy időnként egészen különleges képi anyagokat is láthatunk, főképpen Moore rendezésében. Ilyen az a jelenet a *Fahrenheit 9/11*-ben, mikor a terrortámadást a kisiskolások között üldögélő G. W. Bush fülébe súgja egyik embere, s percekig figyelhetjük a töprengő (elmélázó) elnök arcát. Különösen nagy ereje van a biztonsági kamerák középiskolai mészárlás néhány percét rögzítő felvételének a *Kóla, puska, sült krumpli*ban. A *Kapitalizmus: szeretem!* című eddigi utolsó munkájában pedig Roosevelt 1944-es 2nd Bill Of Rights-ot meghirdető beszédét kutatta fel és tette közkincsé.

A meggyőzés további módszerei

Képözön – a kumulatív hatás

„Ha valakinek csak egy információt mondunk, azt esetleg képes ellenőrizni, de ha százat mondunk százféle dologról, akkor inkább csak összbenyomása alakul ki a dolgokról" (Kiss, 2006: 16). Ez az eljárás jellemző a szóban forgó filmek többségére: a rövid időtartamú képi információk sokféle változatából építkeznek.

Első látásra feltűnik, hogy ezek a filmek általában nem a szokványos, dokumentumfilmes képi világot képviselik. A beszélőfejes, hosszan kitartott beállítások, szituációra koncentráló dramaturgia helyett rövid snittekből álló képi kavalkádot látunk. Gyors ütem és sokféleség – e két szempont határozza meg a vizualitást. Ez épp abból adódik, hogy a helyzetek és sorsok kibontása helyett, vagy azok fölé emelkedve, egy előre kidolgozott koncepció érvényesül. Míg az első esetben idő kell a szituációból kibomló történetek megismeréséhez, addig itt időre a fragmentumok összerendezéséhez van szükség. Másrészt ez a ritmus megfelel a kortárs játékfilmek általagos, öt-tíz másodperces snitthosszúságának. A filmek jelentős része amellett, hogy gyors ritmusú, számos műfaj képeit és többféle módszert gyúr egységes egésszé. Például Moore szinte minden mondatához új képet illeszt, amitől filmjei klipszerűvé válnak, általában 30-40 másodperc már hosszú jelenetnek számít nála. Munkáiban archív felvételek, híradó és más televíziós anyagok, fotók, játékfilmrészletek, saját interjúk, mozgó kamerás felvételek és statikus beállítások váltakoznak. Armstrong *A hülyeség korá*nak képi világával az egész Földet átfogja, katasztrófák (hurrikán, vízhiány stb.) és több földrész sok országa között közlekedünk. Mindezt sokféle mozgókép (híradók,

archívok, hosszabb interjúk) váltakozása adja, s valamennyi részlet egy nagyobb érvrendszer mozaikdarabja. A *The Corporation* szintén árasztja a nézőre a nagyon gyorsan váltakozó, különböző műfajokhoz tartozó képeket, és érdemes kiemelni, hogy láthatóan örömmel használtak játékfilmrészleteket (rémfilmekből, krimikből) a részvénytársaság káros hatásának érzékeltetésére.

Az eddig tárgyalt filmekre jellemző tehát a fragmentáltság. Apró részletekből rakosgatják össze a „nagy összefüggést", illetve fordítva, a folyamatosan hangsúlyozott állításokat kis forgácsok és azok viszonyai hivatottak igazolni. A szétforgácsolt és gyors képi világ következtében a befogadó figyelme is szétaprózódik, csak az egyes részletekre terjedhet ki, viszont érvényesül a részletek együttesének kumulatív hatása. Ráadásul elmarad a „beoltási effektus" (vagyis az így közvetített üzenetek legfeljebb csak kis ellenállást keltenek, és nem propagandaként fogadja a közönség), és az ellenérvekre sem marad nagyon idő, „hiszen a figyelem nem összpontosul száz százalékig az üzenetre" (Pratkanis & Aronson, 1992: 169).

A filmkészítési módszerek változékonysága miatt a kivételt is meg kell említenünk. A Viktória-tó környékén forgatott osztrák-francia film, a *Darwin rémálma* elsősorban a szituációk kibontására, aprólékosabb társadalomrajzra koncentrál, gyakran antropológiai igénnyel. A film két, egymást erősítő katasztrófa köré szerveződik. A természeti szerencsétlenség egy kísérlettel, a mindent elpusztító ragadozó hal, a nílusi sügér betelepítésével vette kezdetét a Viktória-tóban, az 1960-as években. A kulturális és szociális leépülés (AIDS, árvagyerekek sokasága, tanulatlanság, prostitúció) a halkitermelő üzemekkel van összefüggésben – sugallja a film. Az olcsó munkaerőn élősködő cégek a világ számos pontjára exportálják a jó ízű halat. A film rendezője, Hubert Sauper félelmetes képet fest „az emberiség szülőhelyéről", Tanzánia halkitermelésből élő városairól és falvairól. Kamerájával jelen van sok helyszínen, melyek többnyire a nyomor színterei. Elidőz arcokon, mozdulatokon, filmezi az itt élő emberek hétköznapjait. Sauper filmje erős vizualitású, de nem a képek pörgő ritmusa miatt. A *Darwin rémálma* elsősorban a szegénység és az életre alig alkalmas helyszínek bemutatásával, a nagyon kifejező arcok fényképezésével és a megvilágítással teremt valóban rémisztő képi világot.

A montázs – a teremtő erő

A befolyásolás első számú vizuális eszköze a montázs. Az „összeszerelés", a részletek elrendezése és új valóság teremtése az alkotó szándékai szerint. A montázs olyan összefüggések alkotására alkalmas, amelyek az egyes részletekben nincsenek jelen. A képeket a narráció logikája vagy az asszociáció is összekapcsolhatja. A vágás a felvételek sorrendjét és hosszát határozza meg, a sorrend pedig a film értelmezését döntő módon befolyásolja. A kívánt összefüggés a nézőben fogalmazódik meg a képek egymásra hatásából. Az említett filmek alapvetően építenek a montázs befolyásoló hatására. Most csak néhány kiragadott példa Moore-tól, aki a vágást több funkcióban is használja.

> **Cáfol:** A *Fahrenheit 9/11*-ben, amely elsősorban az iraki háborút állítja pellengérre, politikus magyarázza az amerikai hadsereg „pontos célzásait", ezt követő kép egy iraki kisfiú szétroncsolt testét mutatja.
>
> **Hiteltelenít:** Bush önmagának ellentmondó mondatait helyezi egymás mellé.
>
> **Szarkazmus kifejezésére használja:** a *Kóla, puska, sült krumpli (Bowling for Columbine)* híressé vált első mondata így hangzik: „Reggel volt, 1999. április 20. Szokványos napnak indult Amerikában. A farmer kiment a földjére, a tejes kiszállította a tejet, az elnök pedig lebombázott egy országot, aminek a nevét sem tudjuk kimondani." A narrátortól (Moore) azt is megtudjuk, két fiatalember bowlingozni indult (ők lesznek pár órával később a columbine-i középiskola fegyveres támadói). Az alig 40 másodperces szöveg alatt 14 vágást találunk, ez 2,8 másodperc snitthosszúságot jelent átlagban. A 40 másodperc alatt 9 életképet látunk (washingtoni városrészlet, a farmer, a tejes, a lebombázott ország, egy férfi sétálni indul, egy tanárnő az iskolában a kisdiákokkal, bowling, fürdőruhás nő a gépfegyverrel, a Szabadság-szobor). Ezek között van saját felvétel, híradó, reklám. Az utolsó két kép nem tartozik természetesen a narrátor mesélte eseménysorhoz: a gépfegyvert reklámozó amazon és az USA-szimbólum egymás utáni képét értelmezhetjük úgy is, hogy a szabadság országa idiotizmussal telített, ahol mindent, fegyvereket is lehet bármilyen módon árulni. Mindenesetre idézőjelbe teszi az átlagos reggelt.
>
> **Ironizál:** „Szeptember 10-én lefeküdt egy finom kelmével vetett ágyba." Mármint G. W. Bush, és természetesen 2001 szeptemberéről van szó. E mondat közben egy archív felvételen egy kisfiút betakargat anyukája. A humor növeli a meggyőző erőt, általa nagyobb figyelmet fordítunk az üzenetre, amit humorba csomagolva az emlékezet is jobban megőriz (McGuire, 2001: 143).

A személyesség hitele

Mitől hiszi el a néző, hogy a filmben látottak és hallottak igazak? Mi hitelesíti a képeken túl a dokumentumfilmben közölteket? Michael Moore filmjeiben nem annyira a téma, mint Michael Moore az, aki összetartja a filmet: kérdez, nyomoz, rávilágít, értelmez, leleplez, összefüggéseket teremt, és időnként még a nézőre is kikacsint; magabiztosan, magától értetődő természetességgel mondja meg az „igazat". Filmjeinek saját maga a főszereplője. Mint egy vérbeli amerikai műfaji film hőse, megmentőként tűnik fel saját munkáiban. Az ember, aki fogja a kamerát és utána jár a beteg ország bajainak. A *Super Size Me*-nek szintén a film készítője (Morgan Spurlock) a főszereplője. Az egyes szám első személyben elbeszélt egy hónap története az amerikai (pontosabban amerikanizálódott) életmód kritikája. Spurlock önmagán teszteli a gyorséttermek (konkrétan a McDonald's) káros hatását, önmaga változásának dokumentátora. A *Kellemetlen igazságban* Al Gore a mindentudás origója. *Az utolsó órában* pedig időnként felbukkan Leonardo di Caprio és levonja a következtetéseket életformánk és az ökológiai katasztrófa összefüggéséről.

Az alkotó személye, a személyes érintettség (különösen, ha az alkotó a kamerák előtt szerzi tapasztalatát a film tárgyáról) fontos eszköze lehet a hitelesítésnek. Ugyanakkor a meggyőzés kétélű módszeréről van szó. Az alkotói narrációt középpontba állító filmek ugyanis a tárgyilagos megközelítés lehetőségét rontják, és a szubjektív interpretáció esélyét növelik.

Egy másik megoldás, a narráció más nézőpontja érvényesül, ha az „adatközlők”[2] beszélik el saját történetüket. Ezt látjuk például A nagy kiárusításban, ahol a privatizáció dél-afrikai, bolíviai, angliai, fülöp-szigeteki áldozatainak kálváriáját maguktól az adott eset elszenvedőitől ismerjük meg. A személyes sorsokat és a globális folyamatokat már természetesen a film alkotói állítják viszonyba.

Oppozíciók – a döntési kényszer

Talán valamennyi említett film szerkezetének alapja a szembenállás. A szembenálló felek és a tét megnevezése pedig döntésre és ítéletalkotásra kényszeríti a nézőt. Ez a témából következik: ha *anti*kapitalista és *anti*globalista filmekről beszélünk, akkor az oppozíció kell hogy éltesse, működésben tartsa a műveket. Az individuum és az „ellenség”, a megnevezett Gonosz párharca Moore rendezéseinek sémája: „Én” kontra kapitalizmus, amerikai egészségbiztosítás, iraki háború. Moore az epizódokban is az oppozíciót alkalmazza, például fiát az iraki háborúban elvesztő anya gyűlölete az amerikai kormány ellen, a *Sicko*ban az áldozatok a biztosítók ellen, a *Kapitalizmus: szeretem!*-ben a kilakoltatottak az ingatlanügynökségekkel szemben stb. Al Gore kontra felmelegedés. Morgan Spurlock kontra gyorséttermek *(Super Size Me)*. A vizük szabad használatától megfosztott bolíviai város lakói vagy az áramot visszalopó dél-afrikai „partizánok” kontra privatizáció, illetve privatizáló vállalatok *(A nagy kiárusítás)*.

Tartozz közénk! – a vakcsoport-technika

A szociálpszichológusok szerint (Tajfel, 1980) a minimum csoport paradigma, más néven vakcsoport-technika[3] a befolyásolás nagy hatású módszere. Egy adott szempont alapján, véletlenszerűen kiválasztott csoport tagjai a kísérlet kezdetén nem ismerték egymást, de a csoporthoz tartozás kialakította és megerősítette az összetartozást, miközben megnövelte a csoportok közötti nézetkülönbségeket. „Az önbecsülés kedvéért a csoporttagok mindenáron védik a csapatot, s elfogadják jelképeit, rítusait, hiedelmeit” (Pratkanis & Aronson, 1992: 130-132).

Az itt tárgyalt tézis-dokumentumfilmek gyakran építenek arra, hogy az emberek közötti összetartozást ismeretlenül is létre hozhatja a világ dolgaihoz (politikus megítélése, vallási kérdések stb.) való hasonló viszonyulás, az érzelmi azonosság, az indulatok hasonló irányultsága. Önmagában a probléma felvetése (környezetszennyezés, az iraki háború, a vállalatok munkaerőt kisemmiző működése stb.), s a létező összes szereplő két csoportba („jók” és „rosszak”, „kiszolgáltatottak” és „haszonlesők”) sorolása is hozzájárul a virtuális „vakcsoport” létrejöttéhez. A csoporthoz tartozás segíti a világ dolgainak rendszerezését, besorolását, magyarázatot kínál jelenségekre, és talán ami a legfontosabb, hozzájárul, hogy megerősítsük meggyőződésünket, nézetünket, értékeinket, ha tudjuk, hogy vannak mások is, akik hozzánk hasonlóan gondolkodnak.

Az amerikai és nyugat-európai antikapitalista és globalizációellenes tézis-dokumentumfilmek Magyarországon sem maradtak visszhang nélkül. Neves nemzetközi fesztiválokon besöpört díjaiknak köszönhetően[4] a kritikusok mellett a nézők érdeklődésére is számot tarthatnak. Könnyen elérhetőek, több közülük a hazai mozik forgalmazásába is bekerült.[5] Viszonylag hangsúlyos jelenlétük épp elfogultságuknak és erős befolyásolási szándékuknak köszönhető: társadalomkritikai funkciójuk és formavilágúk egyaránt új színfolt a mozgóképek palettáján. Hatásuk ugyanis minden bizonnyal összefügg azzal, hogy lépést tartanak a vizuális ingeréhség-diktátummal: nézőjüket a filmélménnyé transzformált válsággal szembesítik.

Irodalom

Bettinghaus, Erwin P. (2003): A meggyőző kommunikáció. In: Horányi Özséb (szerk.) *Kommunikáció I. A kommunikatív jelenség*. Budapest: General Press.

Epres Tamás (2010): Michael Moore bankot robbant. Kapitalizmus avagy az igazi románc. *Filmvilág*, 1. sz.

Gerbner, George (2000): Kik mesélik a történeteket? In: Gerbner: *A média rejtett üzenete.* Budapest: Osiris, MTA-ELTE.

Kiss Balázs (2006): Missziótól marketingig. Fejezetek a propaganda történetéből. *Médiakutató*, tél.

McGuire, William (2001): *Makacs nézetek és a meggyőzés dinamikája*. Budapest: Osiris Kiadó.

Mihancsik Zsófia (2007): Betegségügyek. Beszélgetés Almási Tamással és Orosz Évával. *Filmvilág*, 11. sz.

Mihancsik Zsófia (2005): Világok harca (Globál-dokumentumok). Beszélgetés Lengyel Lászlóval és Szilágyi Ákossal. *Filmvilág*, 5. sz.

Pratkanis, Anthony R.–Aronson, Elliot (1992): *A rábeszélőgép. Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével.* Budapest: Ab Ovo.

Schubert Gusztáv (2007): Fesd feketére. *Filmvilág*, 11. sz.

Siklaki István (1994): *A meggyőzés pszichológiája*. Budapest: Scientia Humana.

Tajfel, Henri (1980): Csoportközi viselkedés, társadalmi összehasonlítás és társadalmi változás. In: Csepeli György (szerk.): *Előítéletek és csoportközi viszonyok*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

Tamás Pál (1999): A tematizációról. In: Béres István–Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó.

Filmográfia

A hülyeség kora (Franny Armstrong, angol, 2009)

A nagy kiárusítás (Florian Opitz, német, 2007)

The Corporation – A pénz birodalma (Mark Achber, Jennifer Abbot, Joel Bakan, kanadai, 2003)

Az utolsó óra (Leila Conners Peterson, Nadia Conners, amerikai, 2007)

Darwin rémálma (Hubert Sauper, osztrák, francia, 2004)

Fahrenheit 9/11 (Michael Moore, amerikai, 2004)

Kapitalizmus: szeretem! (Michael Moore, amerikai, 2008)

Kellemetlen igazság (Davis Guggenheim, amerikai, 2006)

Kóla, puska, sült krumpli (Michael Moore, amerikai, 2002)

Sicko (Michael Moore, amerikai, 2007)

Super Size Me (Morgan Spurlock, amerikai, 2004)

Lábjegyzetek

1
Például Almási Tamás nevezi így amerikai kollégáját (Mihancsik, 2007: 14).

2
A kultúrakutatásban használatos kifejezés a megfigyelt kultúra tagjaira vonatkozik.

3
Az elnevezést, „granfalloon”, Tajfel Kurt Vonneguttól vette át.

4
Például: Kóla, puska, sült krumpli: Oscar-díj, 2003; Fahrenheit 9/11: Arany Pálma-díj, Cannes, 2004; a The Corporation 25 filmfesztivál győzteseként reklámozza magát, köztük a közönségfilm nyertese a Sundance Filmfesztiválon, 2005; a Kellemetlen igazság a legjobb dokumentumfilmnek járó Oscar-díjat nyerte el, 2007-ben.

5
A nézettségi adatok, noha jelentősen csökkenő tendenciát mutatnak, mégis, e filmek köztudatba kerülését igazolják. A Fahrenheit 9/11-re a bemutatás évében, 2004-ben Magyarországon 48 161 jegyet váltottak, ami kiemelkedő, figyelembe véve, hogy a dokumentumfilm kategóriájáról van szó. Moore következő filmje, a Sicko a hazai mozikban jóval kevesebb, 5727 nézőt vonzott (a Nemzeti Filmiroda adatai, www.nemzetifilmiroda.hu). A mozira vonatkozó nézőszámok természetesen ma már messze nem fedik a filmek valós nézettségét.

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
<>

Pódiumbeszélgetések

„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató
Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró

> korábbi pódiumbeszélgetések

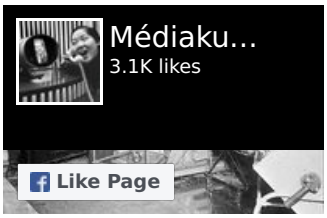
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017.

Médiakutató 2010 nyár

Dokumentumfilm

Nagy Mercédesz:

Harc a valóságért

A dokumentarizmus problematikájáról a Megemlékezés és A Mennyei Béke Kapuja című filmek kapcsán

Mindenki másképp emlékezik – legyen szó hétköznapi konfliktusról, családi legendákról vagy történelmi eseményekről. Ez anélkül is szinte természetes, hogy a kollektív emlékezetet irányítani próbálná egy autoriter kormányzat. A politikailag kényes történések feltárása, valamint a körülöttük kialakuló reakciók – hallgatás, reklamáció, perek – a dokumentumfilmeknek nemcsak állandó kísérői, hanem tematikai/dramaturgiai szervező elvei is. Az 1989-es pekingi Tienanmen téren történt tüntetés és annak megtorlása tálcán kínálja az emlékezetpolitikai konfliktusokat. Jelen írás azt mutatja be, hogy egy ilyen környezetben hogyan oldja meg a tényfeltárás feladatát egy évekig készülő, hatalmas apparátust megmozgató amerikai, és egy, egy nap alatt leforgatott, eszköztelen kínai független dokumentumfilm.

A történelmi igazságszolgáltatás igényével készült, a „valóban megtörtént verzió” megőrzésére vállalkozó dokumentumfilmekre mindig nagy felelősség hárul. Ha több ezer ember életét/halálát befolyásoló, esetleg rehabilitáló munkáról beszélünk, a készítők még inkább élő céltáblákká válnak a filmben bemutatott történettel kapcsolatban állók számára, különösen, ha csak néhány év választja el a film elkészültét a feldolgozott eseményektől. Ha az alkotás által megmutatott „valóság” ráadásul alapjaiban mond ellent egy hivatalban lévő, a világpolitikára igen nagy hatással bíró kormány által elismerttel, még izgalmasabb, akár történelembefolyásoló helyzet állhat elő. Richard Gordon és Carma Hinton 1995-ben bemutatott, az 1989-es pekingi Tienanmen téri eseményeket dokumentáló filmje, *A Mennyei Béke Kapuja* a műfaj provokációs skáláján – amennyiben lehet ilyesmiről beszélni – egészen előkelő helyet foglal el. Nemcsak azért, mert a lehető legtöbb információt összegyűjtő, megszállottan alapos munka szembehelyezkedik a kínai kommunista vezetéssel, hanem, mert a filmben archív anyagokon szereplők közül többen is kifogásolják a film igazságát. Másként emlékeznek, mást láttak az események idején fontosnak, vagy egyszerűen nehéz helyzetbe kerülhetnek akkori szereplésük rögzítése miatt. A dokumentumriportok elleni leggyakoribb kritikával, a kontextusból való kiragadás vádjával illetik a film készítőit. Nos, *„hol a valóság”*? (Bódy, 1977).

Jelen tanulmánynak nem célja a film és a körülötte burjánzó emberi jogi és politikai problémák taglalása. Sokkal inkább a valóságmegragadás ideális vegytisztasága lehetetlenségének bemutatása, mint a dokumentarizmus alapkérdése, azaz az objektív történet szükségszerűen szubjektív (Bódy, 1977) feltárásából adódó paradox szituáció elemzése, módszerei és következményeinek bemutatása.

Mielőtt rátérek a közel háromórás dokumentumfilm ismertetésére, hadd szóljak egy tizenöt perces kínai riportfilmről, melyet *A Mennyei Béke Kapuja* mellett vetítettek a film magyarországi bemutatóján, a 2008-as Verzió fesztiválon. Liu Wei *Megemlékezés*[1] című egyszerű, egykamerás, rövid munkája tökéletes felütése a vizuális ingerekben gazdag, nagy ívű *A Mennyei Béke Kapujá*nak. Liu Wei egy személyben operatőrként és riporterként 2005. június 4-én egyszerű körkérdést tesz fel 21 embernek: „meg tudná mondani, milyen nap van ma?”. A film a délelőtti órákban kezdődik a Pekingi Egyetem kampuszán, ahonnan a 16 évvel azelőtti események indultak. Húsz év körüli fiúkat és lányokat kérdez – *A Mennyei Béke Kapuja* hasonló korú fiatalok vérző vagy holt testeinek képével indít –, de többségük nem vállalja a válaszadást. Néhányan valóban nem tudják, van, aki csak annyit mond: „ma szombat van”. Dokumentum-fikció, illetve a valóságkeretezés probléma megjelenik az egyszerű interjúhelyzetekben is, például a filmben maradt „most már indíthatod” kijelentéssel, illetve több alany, „ha leállítod a kamerát, megmondom” – típusú válaszával. Liu Wei ezután metróval a Tienanmen térre megy, ott vidékieknek, munkásoknak teszi fel a kérdést (1989 késő tavaszán a kezdeti diáklázadáshoz hamarosan csatlakoztak a hirtelen gazdasági reform miatt állásukat vesztett, vagy egyéb ok miatt csalódott munkások és a nepotizmus áldozatául esett vidékiek is). A film egyik tragikomikus jelenetében feltehetően vidéki, fiatal munkáslányok a tér szélén ülve a kamerától zavarodottan egymást kérdezgetik, vajon milyen nap is lehet. Végül megkönnyebbülten adják meg a választ a holdnaptár szerinti dátum felmondásával. Az interjúalanyok arca itt is, akárcsak a kampuszon, zavart, gyanakvó vagy kiül rájuk a távol-keletiekre jellemző diplomatikus, néma mosoly. A

vörös lobogós, Mao-portrés téren a kamera rögzíti, hogy hiába nem érkezik válasz a kérdésre, a közelmúltban történt esemény nagyon is él az ország emlékezetében. A kandelábereken minden irányba figyelő kamerák, egy kisebb csoportot igazoltatnak, a tér egyik sarkában porral oltók sorakoznak, mellettük egy tűzoltóautó parkol (az utóbbi években többször előfordult, hogy az évfordulón lángba borította magát egy-egy tiltakozó). Már alkonyodik, amikor egy fiatal, valószínűleg diáklány a kamerától elfordulva kimondja, hogy a diáktüntetés évfordulója van aznap, de további kérdésre nem válaszol. Végül beesteledik. A kamera a kivilágított Maozoleumot, a Mártírok oszlopát, az oldott nyáresti hangulatot veszi, s végül az utolsó alanyt: egy, a Tiltott Város kivilágított kapujával szemben, a járdapadkán ülő idős férfit. A képkivágásban egyszerre szerepel a drámai ráncokkal barázdált arc és a fénygirlandokkal keretezett Tienanmen. A férfi válasz helyett mélyet szív a cigarettájába, és szembefordul a Mao Ce-tung portrés *Mennyei Béke Kapujá*val. A vezér arcképe a kamera gyengesége, illetve az erős ellenfény miatt a filmen nem látszik.

A film egyszerűsége ellenére is megrázó. Erejét – szemben a szobában, íróasztal mellett, tehát a film tematikája szempontjából irreleváns helyszínen felvett visszaemlékezésekkel – a megkérdezettek és a környezet együttes, mondhatni egymásra való hatása adja. Elhangzó kommentár nincs. A nyitókocka – a metrókocsi ablakára ragasztott szervizmatrica, melyen nagy betűkkel szerepel az aznapi dátum, felette az utazóközönséget megnyugtató kínai nyelvű tájékoztatással: „ez a kocsi június 4-én (a mai nap folyamán) fertőtlenítve lett” – iróniáját az angol felirat még egyértelműbbé teszi: „June 4th DISINFECTED TODAY”. A filmben a kérdés-válaszokon kívül semmilyen szöveg, narráció nem hangzik el, a dokumentum drámaisága így lesz teljes. Liu Wei a filmen csak a hangjával szerepel, kivéve egyetlen „szerzői” snittet, amikor a két meztelen lábfeje jelenik meg háttérben a Kapuval, erősen abszurd hangulatot kölcsönözve a beállításnak. A záró kép az egyetlen, hagyományos értelemben vett konstruált látvány: mécsesekből kirakott „6. 4.”[2] – a filmkészítő szubjektív megjelenése, tisztelgése az áldozatok előtt.

Szemben a csendes, szinte amatőr eszközökkel készült, néhol turista-videóra emlékeztető pekingi *Megemlékezés*sel, az Egyesült Államokban összeállított *A Mennyei Béke kapuja* tobzódik az audiovizuális ingerekben. Egyrészt a megtörtént eseményekkel szembesítő archív felvételek gazdagságán, másrészt a már javarészt emigrációban élő, tehát bátran beszélő egykori résztvevők kellően drámai, olykor elcsukló hangú megemlékezésein keresztül. A film a legklasszikusabb, tankönyvszerű dokumentarista módszerekkel készült, alkotóinak nem is volt szüksége változtatni ezen. A részben „beszélő fejekkel” (Gelencsér, 2001) megoldott helyzetek esetében sem állt fenn olyan veszély, mint sokszor a közelmúlt politikai eseményeit témául választó dokumentumfilmek esetében. Vagyis, „ha nem elég átütő a kamera előtt vallomást tévő személyiség, ha nem elég erőteljes tartalmilag, illetve szerkezetileg az emlékek felidézéséhez kapcsolódó obligát archív anyag, akkor legfeljebb erkölcsi érzékenységünk szólíttatik meg” (Gelencsér, 2001), de a film nem lesz élvezetes. *A Mennyei Béke Kapu*ja készítőinek könnyű dolga volt: a film olyan eseményt dolgoz fel, amely önmagában erőteljes indulatokat kelt, ráadásul Kína világpolitikai előretörése miatt talán azt sem túlzás kijelenteni, valamennyire mindannyiunk életére hatással van. Az események tanulságairól, egyéb lehetséges kimeneteleiről vagy a tömegbelövetés elkerülhetőségéről máig feszült viták zajlanak a politika, a történelemtudomány és a laikusok körében. A film hat éven keresztül készült, tehát a tüntetéssorozattal, illetve az azt lezáró hivatalos verzió kihirdetésével – amely szerint nem voltak halálos áldozatok – egy időben azonnal gyűjteni kezdte a rendezőpáros a történteket megcáfolhatatlanul *dokumentáló* anyagokat. Munkájukat a forrásértékűség igényével készítették, a film honlapja többek közt tartalmazza az eredeti verzióban háromórás film teljes szövegkönyvét,[3] az interjúalanyok életrajzát, az események pontos kronológiáját.[4]

Hintonék igyekeztek a lehető legkörültekintőbben, az oknyomozó-tényfeltáró objektivizmus módszerével megőrizni a valóságot. A kritikák szerint[5] ez annak ellenére is sikerült nekik, hogy az akkori kínai vezetés részéről senkit sem tudtak megszólaltatni. Az április 16-ától június 5-éig zajló események politikai és emberi tényezőinek bonyolultságát megvilágító film rendezői azt a hipotézist követték, amely szerint a két oldal szélsőségesei tarthatók hibásnak az események tragikus végkifejlete szempontjából. A kormány keményvonalasai háttérbe szorították a mérsékelteket, a higgadt tárgyalás sikerének érdekében saját visszavonulásukat sürgető tüntetőket pedig a megalkuvást nem tűrő radikálisabb csoportok harsogták túl. A filmkészítők objektív igazságra való törekvése ellenére a szembenálló narratívák, a keretezési, vágási kényszer szinte lehetetlenné teszi a tiszta tényszerűséget, továbbá a rendezők által elfoglalt és meghatározott értelmezési keret, amely minden dokumentumfilm sajátossága, szinte természetszerűleg szül elégedetlen kritikákat a szubjektív valóságukat megélő szereplők részéről. Ahogy ezt később látni fogjuk, *A Mennyei Béke Kapu*ját a kínai kormány mellett egyes szereplők is cenzúráznák.

A film a dokumentumfilmek és televíziós híradók alapeszközeivel operál. A kezdő képsor és narráció egyenesen a bulvársajtó kíméletlen stílusában tör rá a nézőre: „1989. június 3-ának éjszakáján a Népi Felszabadító Hadsereg tankjai és felfegyverzett járművei behatoltak Pekingbe, és véget vetettek hét hétnyi békés tüntetésnek”[6] – ez alatt filmbejátszás: kaotikus hangok, kiabálás, izzadt, vérző, félmeztelen testek a földön, fegyveres katonák és a pokoli zűrzavart keretező tüzek a háttérben. Az akciófilmes zsánerre emlékeztető, kíméletlenül blikkfangosra sikerült kezdet – mely még kiegészül a receptszerű, gyászoló anya visszaemlékezésével – után a film valamivel kimértebben bánik a rendelkezésére álló anyagokkal. A téma súlya akár kimenthetné a rendezőket a patetikus hangvétel miatt, a halmozott hollywoodi fogások – pl. zenei aláfestés – azonban már több európai dokumentumfilmesben is ellenérzést váltottak ki.[7]

A kezdő képsorok után a „forradalom örök ikonjának” nevezett, a június 5-ei tankvonulást feltartóztató férfi jól ismert jelenete következik,[8] a dokumentumfilmezés szempontjából figyelemre méltó narrációval: „Az események önmagukban nem érzékeltetik saját jelentőségüket. Mindig interpretálva vannak. Június 5-ének reggelén volt egy pillanat, amely azoknak a tavaszi napoknak a reményét és tragédiáját szimbolizálta. Utána a férfi eltűnt a tömegben, és senki sem tudja, hol van most. Még a neve felől sem biztos senki. De azon milliók számára, akik látták a jelenetet világszerte, a jelentősége egyértelmű: itt emberi remény és bátorság hívta ki a könyörtelen

államgépezetet.” A kínai kormány ugyanilyen egyszerűen magyarázta a jelenetet, csak épp másképp: (kínai hangalámondás) „Minden józan eszű ember láthatja, hogy ha a tankjaink eltökélt szándékkal mentek volna előre, ez a magányos fickó sosem tudta volna megállítani őket. Ez a videón rögzített jelenet a nyugati propagandával szemben bizonyítja, hogy katonáink a legteljesebb mértékig józanságot tanúsítottak.”[9]

A következő egység többek közt 1919-ből és 1949-ből származó archív mozgóképek segítségével ismerteti a tér történetét, világossá téve, hogy a huszadik században már két nagy, a diákság/munkásság köreiből induló demokratikus átalakulást sürgető tüntetés is zajlott a helyszínen. 1949-ben pont a 40 évvel későbbi vezetést legitimáló, a Kuomintanggal szemben többpártrendszert sürgető Mao Ce-tung vezette forradalomnak adott helyet a Tiltott Város déli bejárata előtti szabad terület. Az 1989-es tüntetők is először a téren az 1949-es fiatal mártírok emlékére felállított szobor körül gyülekeztek. A film tehát az 1989-es eseményeket beilleszti Kína történelmi-forradalmi hagyományába, ami egyben magyarázatot ad a későbbiekben arra, hogy a radikális diáktüntetők miért érezték nemes és szükségszerű fordulatnak, hogy ha kell, mártírhalált haljanak a téren: ebben a retorikai szellemben nevelődtek. A történelmi távlatba helyező expozíciót nagyon helyesen alkalmazza a dokumentumfilm, így olyan összefüggésekre is rávilágít, amelyek talán az akkori események pillanatában a többség számára nem voltak nyilvánvalóak – s talán még ma sem azok. Az 1919-es gyenge, de a kornak megfelelő minőségű archív felvételeken a korabeli diákok/tüntetők egészen középkorias, sűrű gombos, hosszú köpenyes öltözete és hagyományos, félgömb formájú fejfedője rádöbbenti a nézőt: a világtól valóban teljesen elzárkózott császárság még a huszadik század elején is feudális alapokon működött. Az 1949-es, valószerűtlenre fakult színű mozgóképek a kínai kommunizmus propagandaplakátjairól ismert hangulatot elevenítik fel, olyan érzést keltve, mintha valami erősen stilizált, az animáció határait súroló képsort látnánk. Pedig ezek is dokumentumok, még ha erősen manipuláltak is. A történelmi visszatekintés ezután valódi fikcióval folytatódik: a sajátos, általam eddig csak a kínai kommunizmus eszköztárában fellelt propaganda-balett következik. Itt a fikcióval dokumentálódik az elmúlt kor ideológiai közhangulata. Majd további képek a világ összes kommunista országában jól ismert tömegparádéról, integető vezetőkkel. Közben folyamatos, a jelenben felvett interjú-visszaemlékezések kötik össze az archív anyagokat. Következik a kulturális forradalom archív anyaga, majd Mao Ce-tung temetése. A régi képkockák megvágásánál és válogatásánál a rendezők ügyeltek arra, hogy az erős indulatoktól fűtött tömeg kellőképp reprezentálva legyen a különböző szituációkban – szintén gondolati összefüggést teremtve az 1989-es felvételeken látható, sokszor az önkívületig feszült arcokkal.

A történelem képei továbbperegnek. Teng Hsziao-ping reformjai: amerikai útja, McDonald's Pekingben, az amerikai komikus, Bob Hope, a Nagy Falon. Egyre szaporodnak az archív anyagok, már CNN híradóbevágásokat is láthatunk, és egyre sűrűsödnek az 1989-es filmhivatkozások is a korábbiak közt. Az 1980-as évek kapitalizmus felé fordulásának egyre szédítőbb – és az évtizedekig állóvízben topogó kínaiak számára egyre ijesztőbb – tempóját tükrözi a dokumentumanyagok dinamikus egymásra vágása. A visszaemlékezők köre egyre szélesedik: emigráns pártveteránok is megszólalnak. A felgyorsult tempó hirtelen megáll: 1989. április 15-én meghal Hu Jao-pang, a népszerű demokrata pártfőtitkár, akit Teng lehetséges utódaként tartottak számon, azonban 1987-ben a központi vonallal összeegyeztethetetlen véleménye miatt eltávolítottak a pártvezetésből. A kínaiak nagy része csalódott a korai kapitalizmussal együtt megjelent és burjánzásnak indult korrupció, a környezetszennyezés, az infláció és a létbizonytalanság miatt, a kedvelt kommunista hirtelen halála felszabadította az indulatokat – magyarázzák a képsorok. Másnap megjelennek az első diáktüntetők a Mennyei Béke Kapuja előtt.

Innentől a film a június 3-áról 4-ére virradó éjszaka tömegmészárlásáig napról napra követi az eseményeket, igyekezve a lehető legtöbb szempontból megvilágítani a háttérben meghúzódó indítékokat. A történések drámai csomópontjai: április 26-án a párt hivatalos lapja kriminalizálja a tüntetőket, ellenforradalmi tevékenységnek címkézve az egyre gyarapodó számú tömeg megmozdulását; május 15-én Mihail Gorbacsov személyében másodszor látogat a Szovjetunió vezetője Kínába, ráadásul reformista pártfőtitkárként érkezik a szintén a reformok útját választó birodalomba. (Felmerülhet a kérdés: a film készítői vajon megkeresték-e Gorbacsovot vagy az akkori delegáció tagjait?) A különbség a társadalmi és gazdasági reformok arányában áll: szemben Gorbacsovval, a kínai vezetőség egyelőre csak a gazdaságot újítaná meg. A tüntetők viszont új társadalmi rendet is akarnak, és Gorbacsov érkezésétől remélik, hogy országuk vezetői kötélnek állnak, elfogadják a tárgyalási ajánlatukat – már csak a diplomáciai értékű Tienanmen tér fogadóképessé változtatása okán is. A nyomaték kedvéért éhségsztrájkba kezdenek. A megvalósult, de eredménytelen tárgyalás, a téren rendezendő díszseregszemle lefújása és az éhségsztrájkkal bevont még fokozottabb feszültség átüt a filmkockákon, a szerkesztésen. A szovjet–kínai csúcstalálkozó miatt Pekingbe érkezett számos külföldi híradós stáb mind rögzíti a téren zajló eseményeket. A CBS News riportere szinte lelkendezik: „Micsoda hely, micsoda sztori! Péntek reggel van itt a Tienanmen téren. Ma bízvást állíthatjuk: ez a nép tere. Több mint egymilló kínai követel demokráciát és szabadságot, új forradalmat hirdetve.” „Hihetetlen! Mi mind azért jöttünk ide, hogy tudósítsunk egy csúcstalálkozóról, és belesétáltunk egy forradalomba[10]– így a CNN kommentátora. Tehát egyre gazdagszik az anyag, a hivatalos kamerák mellett egyre több magánfelvétel is készül, a külföldi turistákon kívül az eseményre érkező tajvani, hongkongi kínaiaknak is köszönhetően.

A téren szónokok, popsztárok, szimpatizáns segélyszállítmányok és kétségbeesett pártvezetők jelennek meg. A film megmutatja a tantermekbe való visszatérést javaslók felszólalásait és a radikális, forradalmi gyermekek túlfűtött szónoklatait. Megdöbbentő, hogy még jóval a vérbe forduló incidens előtt egy diáklány, Chai Ling kétségbeesetten vázolja egy amerikai fiú kamerája előtt, hogy életük feláldozására is készek, mivel véleménye szerint csak akkor ébred fel Kína, ha a Tienanmen teret vér borítja. (Később, 2009-ben az Egyesült Államokba emigrált sikeres vállalkozó, Chai Ling lesz, aki igazsághamisítás miatt beperli a filmet készítő Long Bow társaságot.)

A filmben újból megjelenik a dokumentumigényű fikció: a Népi Felszabadító Hadsereg térre vezénylésével párhuzamosan egy népszerű, romantikus propagandafilm-részletet látunk a hadsereget övező valóságosan is létező szimpátiát érzékeltetendő; valamint az 1989-es újévi televíziós esztrádműsor a katonaság előtt tisztelgő

részletének bejátszása szintén segít elhelyezni a néző fejében, hogy mit jelentett addig a pillanatig a hadsereg a kínai emberek számára. Egyébként a szinte még gyerek katonák nem is avatkoznak be az eseményekbe, inkább forradalmi nótákat énekelnek együtt a tüntetőkkel. Csak a második, két héttel későbbi kivezénylés lesz végzetes. A végletekig fokozott hangulatú képsorokat és bölcselkedő visszaemlékezéseket a kínai központi televízió június 3-ai, esti adása zárja le: a kifejezéstelen arcú bemondónő mindenkit megkér a kormány nevében, hogy saját érdekében hagyja el a teret. Ezután pedig a már jól ismert infernális képsorok, majd egy újabb híradó a következő napokból: fényképek a körözött személyekről, letartóztatások és a hivatalos verzió kihirdetése: egy maroknyi ellenforradalmi csoport borította fel a rendet Peking szívében, akiket azután a kínai népet védő milicisták szétkergettek, a tüntetők közül senki sem vesztette életét. Az ettől eltérő változatot hirdetőket letartóztatják. A forradalom mártírjai az elesett katonák lesznek, tiszteletükre néhány hét múlva látványos ünneplést, úttörő-felvonulást szervez a párt. A fikció, igaz nem a filmben, hanem a valóságban, fokozatosan elfoglalja a dokumentumokkal alátámasztható események helyét a hivatalos köztudatban, legalábbis az országhatárokon belül – ahogy azt a Megemlékezés interjúiból is láthattuk. Az addig valóságként ismert eseményeket június 4-e után veszélyes fikciónak bélyegzik. A Tienanmen teret egy hétig takarítják.

A 21 éves koráig Kínában élt Carla Hinton és alkotótársa azonnal gyűjteni kezdték az anyagokat. Hatévnyi munka után a filmet 1995-ben mutatták be a New York-i filmfesztiválon. A kínai kormány tiltakozó levelet küldött, de a fesztivál szervezői megtartották a bemutatót – szemben később sok más meghiúsult vetítéssel, többek közt a szöulival.[11]

A valóság megragadásának és megőrzésének problémájáról Richard Gordon a bemutatón elhangzó sajtótájékoztatón elmondta: „Néhányan a meginterjúvoltak közül azt kérték, hogy vágjuk ki őket a filmből, hogy ne veszélyeztessék a családjukat, amit mi tökéletesen megértettünk és teljesítettünk. Másoknak csak a sziluettjét mutattuk meg, de nem jött ki jól, úgyhogy őket is kivágtuk."[12] A sajtótájékoztató egyik kérdése arra irányult, hogy a kulcsfiguraként megjelenő, a véres kimenetelt előre vizionáló Chai Ling miért nem állt a film készítőinek kamerája elé: „A Tienanmen teret elfoglaló diákok egyik vezéregyénisége, Chai Ling nem szerepel a filmen. Pedig Bostonban lakik. Elutasította önöket? Ha igen, miért?" Carma Hinton így válaszolt: „Nem hisz benne, hogy a dokumentumfilmek képesek elmondani az igazságot."[13]

Chai Ling még a film bemutatása előtt a kínai nyelvű, észak-amerikai World Journalban közzétette ellenvetéseit a film objektivitásával kapcsolatban: „Bizonyos személyek mindent latba vetettek, hogy megszerezzék a kínai hatóságok engedélyét. Egy kommunista múltú illető (Carma Hinton), hogy dokumentumfilmjével óriási bevételt harácsoljon össze, bizonyos dolgokat kiemelt a kontextusukból, ezzel próbálva meg valami újdonságot feltárni, esztelenül a feje tetejére állítva a történelmet, a feketéről azt állítva, hogy fehér."[14]

Érdekes megjegyezni, hogy a következő évben a kínai kormány hasonló hangnemben védte saját, nyilvánvalóan fiktív verzióját: „Amint az köztudott, egy nagyon csekély létszámú csoport 1989 júniusában Pekingben a kormány ellen erőszakosan próbált fellépni, de elbukott. A Mennyei Béke Kapuja című film a tények teljes figyelmen kívül hagyásával ezen embereket dicsőíti. Ha ez a film bemutatásra kerül, félrevezeti a közönséget és megsérti 1,2 milliárd kínai érzéseit. Ezért szükséges és helyénvaló a film visszahívása a fesztiválról."[15]

A Mennyei Béke Kapuja, jóllehet tiszta dokumentumfilmnek tűnik, technikailag fikciós és dokumentarista sémákat egyaránt alkalmaz. Az interjúk beállítottsága, az archív dokumentumfelvételek újrarendezése, montázsolása, a filmet végigkísérő narráció és az eseményeket bemutató tulajdonképpeni elbeszélő formai keret, valamint a drámaiságot hangsúlyozó zenei betétek mind a fikciós alkotások sajátjai. A filmkészítők ezen eljárása szükségeltetett céljuk eléréséhez, azaz, hogy egyrészt az egzakt valóság megalkotásaként rávilágíthassanak az események összefüggéseire, másrészt pedig, hogy az alkotás világszerte minél több nézőt vonzzon. A „nagy" dokumentumfilmet kísérő, és azt puritánságával technikailag ellenpontozó rövidfilmben, a szinte amatőrnek tetsző *Megemlékezés*ben ugyancsak fellelhetők a fikciós elemek, ahogy azt fentebb láthattuk. A technikai megoldásoktól elemelve a fikció és valóság kérdését, a film heves emlékezetpolitikai viták tárgyává is vált, ami talán nem ennyire kiélezett módon, de minden (történelmi) dokumentumfilm örök kísérője.

Irodalom

Bódy Gábor (1977): Hol a „valóság"? A dokumentumfilm metodikai útvonalaihoz. In: Peternák (szerk.): *Végtelen kép*. Budapest: Pesti Szalon.

Barmé, Geremie (1999): Totalitarian Nostalgia. In: *In The Red: On Contemporary Chinese Culture*. New York: Columbia University Press.

Chen, Pauline (1996) *Screening History, New Documentaries on the Tiananmen Events in China*. Berkeley http://www.lib.berkeley.edu/MRC/Tiananmen.html (utolsó letöltés: 2010. március 29.).

Gelencsér Gábor (2001): A dokumentarista módszer – Költött valóság. *Filmvilág*, 4. sz. 18-19.

The Gate of Heavenly Peace – http://tsquare.tv/ (utolsó letöltés 2010. március 1.).

Hogg, Chris (2009): *How the Chinese reported Tiananmen*. BBC News, Shanghai http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/8069940.stm (utolsó letöltés: 2010. március 29.).

Woodward, Richard B. (1996): Anatomy of a Massacre. *Village Voice,* június 4.

Lábjegyzetek

1 A film megtekinthető az alábbi URL-en: http://www.dailymotion.com/video/x5padj_a-day-to-remember-yyyyy-liu-wei_news (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

2 Kínában a számmal jelzett hónap és nap jelöli a nem a holdnaptár szerinti évfordulók rövidítését, kimondva tőszámnév hangzik el pl. 5.1, azaz “öt-egy” = ‘A munka ünnepe.'

3 http://tsquare.tv/film/transcript.php (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

4 http://tsquare.tv/chronology/ (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

5 Kritikák a film honlapján: http://tsquare.tv/film/reviews.php (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

6 „On the night of June 3rd 1989, tanks and armored vehicles of the People's Liberation Army moved into Beijing and put an end to seven weeks of peaceful protest.” http://tsquare.tv/film/transcript.php (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

7 Moritz de Hadeln nyilatkozata a Dox. European Documentary Network-nek: http://www.chius.ch/default/chinoi_d.html (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

8 http://www.youtube.com/watch?v=EcvaSnmqZ40 (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

9 „Events do not deliver their meanings to us. They are always interpreted. On the morning of June 5th, there was a moment that would come to symbolize the hope and the tragedy of those spring days. He disappeared into the crowd afterwards, and no one knows where he is now. No one is even certain of his name. But for the millions who saw this scene all over the world its meaning was clear: Here was human hope and courage challenging the remorseless machinery of state power. The Chinese government interpreted the scene just as simply, but differently: (CHINESE VOICE-OVER:) Anyone with common sense can see that if our tanks were determined to move on, this lone scoundrel could never have stopped them. This scene recorded on videotape flies in the face of Western propaganda. It proves that our soldiers exercised the highest degree of restraint.” http://tsquare.tv/film/transcript.php (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

10 „What a place, what a time, what a story! It's Friday morning here and this is Tiananmen Square. Today it's the people's square, all right. More than a million Chinese demanding democracy and freedom, and proclaiming the new revolution.” “Unbelievable! We all came here to cover a summit, and we walked into a revolution.” http://tsquare.tv/film/transcript.php (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

11 A magyarországi Verzióra 2008-ban érkezett el a film, hogy a kínai kormány megkereste-e a budapestieket, erről egyelőre nincs tudomásom.

12 http://tsquare.tv/film/film_scouts_interview.html (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

13 http://tsquare.tv/film/film_scouts_interview.html (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

14 http://tsquare.tv/film/Rev.1.html (utolsó letöltés: 2010. március 1.) Chai Ling, miután személyiségi jogainak megsértése miatt indított perlését elutasította a szövetségi bíróság, újabb pert indított jogosulatlan védjegyhasználat miatt. Érvelése szerint a filmet készítő Long Bow társaság a film weboldalán az ő jóváhagyása nélkül szerepelteti számítástechniaki cége, a Jenzabar levédett nevét. A per 2010 tavaszán még folyik.

15 “As is well known, a very small number of people engaged themselves in anti-government violence in Beijing in June 1989 but failed. The film “The Gate of Heavenly Peace” sings praise of these people in total disregard of the facts. If this film is shown... it will mislead the audience and hurt the feelings of 1.2 billion Chinese people. Therefore, it is necessary and appropriate to withdraw this film from the festival.” http://tsquare.tv/film/Rev.1.html (utolsó letöltés: 2010. március 1.).

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

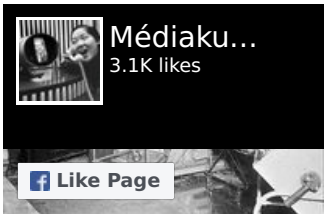
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017. Impresszum Szerzőinkhez

Médiakutató 2010 nyár

Történelem

Klestenitz Tibor:

A tördöfés és az újságírók.

Sajtóellenesség a keresztény-nemzeti kurzus éveiben, 1919–1922

„A háborút nem hadseregünk vesztette el, hanem a sajtó; a forradalmat nem a magyar nép csinálta, hanem a nyakán élősködő sajtó; az országot az oláhnak-szerbnek-csehnek nem katonáink adták át, hanem a sajtó; a bolsevizmus terrorját nem magyarok készítették elő, hanem a budapesti sajtó”[1] – írta egy publicista 1921 februárjában. Sommás vélekedése korántsem számított elszigeteltnek a kor közvéleményében, amelyre nagy befolyást gyakoroltak a keresztény-nemzeti véleményvezérek. Ők pedig, akár sajátos meggyőződésükből, akár számításból, üzleti érdekeiket követve, a „destruktívnak” minősített sajtó felszámolására törekedtek. A tanulmány a keresztény-nemzeti ideológia képviselőinek sajtóellenes retorikáját és fellépését szeretné bemutatni.

Major Róbert, az 1945 utáni népbíróságok sajtóügyekkel foglalkozó népügyésze külön vitairatot szentelt a Horthy-kor sajtójának. Eszerint a korszakban általánosnak számított a feltevés, amely szerint Magyarországot az első világháborúban nem győzték le katonailag, és a hadsereg összeomlása kizárólag a hátország sajtójának „destruktív” izgatása, a harci morál aláásása miatt következett be. A „tördöféselmélet” magyarországi változata 1919-től részévé vált a kormányzó erők ideológiájának (Major, 1945: 8–11).

Ezzel a kortársi benyomással szemben Bihari Péter, egy friss szakirodalmi munka szerzője úgy véli, hogy a tördöféslegenda nyomai a kor hazai nyilvánosságában csak elszórt utalásokban fordultak elő. Szerinte a legtöbb kortárs elfogadta, hogy a monarchia elvesztette a háborút, a felelősséget pedig elsősorban a népszerűtlen és idegen hadvezetőségre hárította. A hátország ármánykodása pedig csak mellékesen jelent meg az összeomlás magyarázó elemeként (Bihari, 2008: 242).

Az a kérdés, hogy a tördöfés legendája mennyire vált társadalmilag elfogadottá, ma már nem válaszolható meg egyértelműen, hiszen a korszakban nem készültek reprezentatív közvélemény-kutatások. A hazai tördöféselmélet kérdése ennek ellenére – ahogyan azt idézett munkájában Bihari is hangsúlyozza – további kutatásokat igényel, hiszen, különösen a történelmi Magyarország összeomlását követő néhány évben, a bűnbakot kereső publicisták igen gyakran foglalkoztak a sajtó „felelősségének” a firtatásával. Tevékenységük ezekben az években nyilvánvalóan erős hatással volt a közgondolkodásra. Légrády Ottó lapkiadó például 1921-ben tényként beszélt arról, hogy „a közvélemény a sajtónak egy részét teszi felelőssé a forradalmakért.”[2] Az 1919–1922 között meghatározó keresztény-nemzeti gondolatkör különböző képviselői azonban nem egységesen ítélték meg a kérdést, és ideológiai hátterüknek, illetve aktuális érdekeiknek megfelelően változtattak érvelésükön. A tanulmányban arra szeretnék kísérletet tenni, hogy bemutassam a keresztény-nemzeti kurzus néhány fontos szereplőjének az újságírás politikai szerepéhez való viszonyulását.

A sajtó a bűnbak szerepében 1919 előtt

A 20. század kezdetén az emberi kommunikáció tanulmányozása még gyerekcipőben járt, ezért lehetett általánosan elfogadott az a feltételezés, hogy a tömegmédia ingereire a közönség homogén módon reagál, mechanikusan, bármilyen fenntartás nélkül elfogadva a lapokban olvasottakat. Az uralkodó szociológiai pesszimizmus az iparosodó, városiasodó társadalomban hanyatlást, szociális bomlást látott, és az elszemélytelenedő közösségek válságjelenségei miatt a felemelkedő tömegsajtót kárhoztatta. Az értelmiség széles rétegei tartották úgy, hogy a média a nyilvánosság igényeit a lehető legalacsonyabb színvonalon elégíti ki, amivel hátráltatja az emberiség „felemelését” célzó kísérleteket. Ez nemcsak a konzervatív, elitista gondolkodókra volt igaz, hanem a szocialistákra és a kommunistákra is. Ők a médiát a kapitalizmus szolgálólányának tekintették, amely politikai letargiába viszi a tömegeket, és megakadályozza öntudatra ébredésüket.

Ezeket a vélekedéseket tovább táplálta, hogy az első világháború jelentősen megváltoztatta a tömegsajtó szerepét. 1914 után a kormányok a sajtót felhasználva közvetítették propagandájukat az egész közösség számára, erősítették a patriotizmust és igyekeztek gyűlöletet kelteni az ellenséggel szemben. A harcoló csapatok és a hátország között a

propaganda eszközeivel próbáltak egységet teremteni. A világháború a tömegmédiát a szociális infrastruktúra fontos részévé tette, ezért az emberek a propagandatevékenységnek minden korábbinál nagyobb jelentőséget tulajdonítottak (Jowett & O'Donnell, 1992: 82–83, 123).

A változások a sajtó magyarországi megítélésére is hatottak. 1916-ban például a politikai katolicizmus vezéregyénisége, Prohászka Ottokár püspök, egy körlevelében azt fejtegette, hogy a hadviselő hatalmak közötti közeledést és a békekötést a hírlapok háborús uszítása teszi lehetetlenné.[3] Az egyházi sajtó fellendítésére törekedő Katolikus Sajtóegyesület egyik kiadványa szerint az volt a háború kirobbanásának valódi oka, hogy a világ közvéleményét „lelketlen uzsorások és aljas hitszegők, a nagy pénzemberek és a pénzért mindenre kapható sajtó irányítják” (Mester, 1917: 8).

A baloldalon szintén megjelentek hasonló, a sajtót kárhoztató nézetek. A szociáldemokraták soraiba tartozó Latinca Sándor például a „kapitalista és nacionalista” sajtótermékeket tette felelőssé a háború kirobbantásáért, és a proletárokat a „szennyes” lapokkal szembeni fellépésre ösztönözte (Latinca, 1918: 8, 22). Szabó Ervin – Jászi Oszkár szerint – a „zsidó kapitalista sajtómonopólium” megtörését tartotta volna szükségesnek (Jászi, é. n.: 21). A pacifisták szintén a „kapitalizmust kiszolgáló” sajtóban gondolták megtalálni a világbéke legfőbb akadályát (Rudas, 1918: 200).

A terjedő előítéletekkel szemben néhány újságíró szükségesnek vélte megvédeni hivatását. Benda Jenő, végigtekintve korának szellemi irányzatain, 1917-ben megállapította:

> „az entente és a központi hatalmak közvéleménye, a radikálisok és a reakcionáriusok, a szocialisták és a klerikálisok legsűrűbben és legszívesebben vádolják a sajtót. A másik ország és a másik világnézet sajtóját, természetesen” (Benda, 1917: 297).

Ennek magyarázatát a sajtó „hatalmának” általános túlértékelésében találta meg, amivel szemben rámutatott arra, hogy a sajtó csupán egy, és nem is a legfontosabb a politikai szocializáció eszközei közül:

> „A nyomtatott betű szuggesztív ereje nem határtalan. Az iskola, a közéleti nevelés, a világnézetek különbözősége, a társadalmi állással járó érdekeltség bizonyos diszpozíciókat teremt meg az emberekben. A nyomtatott betű szuggesztív ereje csak e lelki diszpozíciók határain belül érvényesül” (Benda, 1917: 301).

A szerző joggal hangsúlyozta, hogy a sajtó háborúpárti állásfoglalásai mögött egész Európában a kormányok álltak, amelyek abban voltak érdekeltek, hogy fokozzák a nép „háborús narkózisát”, ezért a kormányoktól függő helyzetben lévő lapok gyorsan beálltak a háború támogatói közé (Benda, 1917: 303, 308).

A magyar társadalomban vélhetően szintén sokan tartották legalább részben felelősnek a sajtó „uszítását” a világháborúért. 1918 novembere után, a vereség kiváltotta harag sokak fejében összekapcsolódott a létfeltételek folyamatos romlása miatti frusztrációval, és a bűnbakot kereső csoportok kényelmes célpontot találtak maguknak az újságírásban. 1919 januárjában az újságírók klubja, az Otthon Kör előtt fiatal tisztek tüntetést rendeztek a fővárosi sajtó egyik legbefolyásosabb orgánuma, Az Est ellen. A tüntetők azt nehezményezték, hogy a szerkesztőség nem foglalt állást a „lerongyolódott tisztek” támogatása mellett, noha a lap milliókat nyert a világháborún. A tiltakozók ezután a szerkesztőségbe mentek, és „a lap saját balkonjairól hirdették ki, hogy az újságot elégetik, bojkottálják, nem veszik a kezükbe, mert az az újság kergette őket a háborúba”.[4]

Még rosszabbul járt a Pesti Hírlap szerkesztősége, amelyet január 23-án a kommunisták által befolyásolt tömeg szállt meg és fosztott ki, miután a lap állást foglalt a munkanélküliek állami segélyezése ellen. Február 20-án a kommunisták a szociáldemokrata Népszava központját támadták meg. A katolikus lapokat nyomtató Apostol nyomdát egy száz-százötven fős társaság verte szét és rabolta ki, amit a rendőrség nem tudott megakadályozni.[5]

A gyorsan változó politikai események következtében számos közéleti szereplő egyre bizalmatlanabbul tekintett a sajtóra. A szociáldemokraták egyik vezetője, Böhm Vilmos például 1919 elején, már azt gyanította, hogy a polgári sajtó nagy többsége az ellenforradalmi körök céljait szolgálta – akár még álhírek közlésével is (Böhm, 1923: 151–153). Hasonlóan látta a kérdést Magyar Lajos, a Nemzeti Tanács tagja, aki szerint a forradalmat ekkoriban mindössze két-három országos lap támogatta.[6]

A konzervatív-liberális újságíró, Szabó László ezzel szemben úgy vélte, hogy az újságírók szabadszervezete, Károlyi Mihály szándékainak megfelelően, már 1919 telén elkezdte a „bolsevizmusba hajszolni” a sajtót (Szabó, 1919: 50). A jobboldali radikális Kozma Miklós szerint a kormány saját ellenőrzése alá akarta vonni a lapokat, és akár erőszak árán is letörte a veszélyesnek tartott „nemzeti” orgánumokat (Kozma, 1933: 116) – vagyis a kommunisták végrehajtotta atrocitásokért is a kormányt akarta felelőssé tenni. Hasonlóan vélekedett egy másik későbbi ellenforradalmár, Szmrecsányi György, aki úgy látta, hogy

> „a lapok pártjaik mellett, vagy az uralkodó rendszer és kormány ellen nem írhatnak, különben leromboltatnak még nyomdáik is […] az agitáció minden eszközét a szociáldemokraták tartják kezükben”.[7]

1919 első hónapjaiban tehát az általános bizalmatlanság határozta meg a sajtó megítélését is. A különböző politikai csoportokban egyaránt terjedőben volt az elképzelés, hogy a sajtó feltételek nélkül kiszolgálja a másik tábor érdekeit.

Egy sztereotípia kivirágzása 1919 őszén

A politikai viszonyok 1919 őszére radikálisan átalakultak. A Tanácsköztársaság bukását követően erőteljes jobbratolódás ment végbe, a közvéleményt az ellenforradalmi erők által képviselt keresztény-nemzeti eszmekör dominálta. Ezt az irányzatot három nagyobb csoport alkotta. A „szegedi gondolat" hívei elsősorban katonatiszti rétegek voltak, amelyek szekuláris nacionalista elveket vallottak, és távlatilag katonai diktatúra megteremtését kívánták. A Prohászka Ottokár és Bangha Béla nevével fémjelzett újkonzervatív-egyházi irányzat elsősorban a „szellemi önvédelmet" és a valláserkölcsi elvekhez való visszatérést szorgalmazta. A Szekfű Gyulával jellemezhető „status quo konzervatív" irányzat a jogrend és az 1918 előtti társadalmi állapotok helyreállítását akarta. A három irányzat közötti eltéréseket kezdetben a „destrukcióval" – vagyis a liberálisokkal, polgári radikálisokkal, a szabadkőművesekkel, a szociáldemokratákkal, a kommunistákkal – szembeni demonstratív kiállás igénye nagyrészt háttérbe szorította (Gergely, 1987: 72).

A közös ellenségkép megteremtésében fontos szerepet játszott a sajtó, amely a keresztény-nemzeti felfogásban a destruktív eszmék fő terjesztőjének számított. Erre utal többek között a kalocsai „keresztény" társadalmi szervezetek közös felhívása, amely a destruktívnak minősített sajtótermékek kitiltását kérte a településről. A szöveg jól mutatja a radikálisok sajtókritikájának új vonásait. 1919 előtt általában a „háborús uszítást" vetették a sajtó szemére, az új bírálók viszont a „defetizmust", a hadsereg és a hátország elszántságának állítólagos aláásását kárhoztatták, amelyet antiszemita szemszögből magyaráztak:

> „a csapatok helytálltak addig, míg a nemzetközi agitátorok és a nemzetközi zsidó újságok meg nem mérgezték lelküket. Ezen lapok működésének gyümölcse győztes hadseregeink szellemének megrontása. […] Elégedetlenség csak akkor ütötte fel a fejét, amikor a fentnevezett újságok a háborút nem önvédelmi harcnak, nem a magyar nemzet életbevágó ügyének, hanem egyesek önző és gonosz politikájának tulajdonították és a háború okozóinak egyes egyéneket neveztek meg." [8]

A második vádpontot a tekintélyek rombolása és a proletárdiktatúra szellemi előkészítése jelentette:

> „Betetőzték romboló munkájukat ezen lapok azzal, hogy az októberi forradalmat követő félév alatt kilopták cikkeikkel a nemzet lelkéből a hazának és az emberek lelkéből az erkölcsnek szeretetét és becsületét."[9]

A destruktív sajtó sztereotípiája termékeny talajra hullott: 1919 őszén divatos volt szidni az újságírókat.[10] Ennek alapja az az általánosító nézet volt, amely szerint az újságírók tömegei támogatták volna a diktatúrát.[11] A látszat kialakulásában szerepet játszhatott, hogy a Tanácsköztársaság idején csak a rendszert támogató lapok jelentek meg (hiszen csak ezeket engedélyezték), illetve az, hogy a proletárdiktatúra sok vezetője, köztük Kun Béla és Szamuely Tibor, korábban újságíróként is dolgozott. Az általános gyanakvás légkörét jól jellemzi, hogy az Otthon Kör volt könyvtárosa 1919 augusztusában megvádolta kollégáit, hogy a klubhelyiségben támogatásukkal ismert kommunisták összejöveteleket tarthattak, és a – meglehetősen életszerűtlen – bejelentést a hatóság ki is vizsgálta.[12]

A helyzetet néhány évvel később elemző újságíró úgy látta, hogy a gondok a világháborúval kezdődtek. A cenzúra elnémította a lapok igazi hangját, lerombolva ezzel hitelességüket. Ez szerinte a cenzúra megszűnését követően (1918 novemberétől) sem változott meg, ezért utólag sokan igyekeztek a sajtót bűnbakként szerepeltetni:

> „Az újságíró, mint az események hű krónikása, észlelte és megörökítette azokat a tüneteket, amelyek a nagy felfordulást előre jelezték, igyekezett eleven képét adni a forradalom eseményeinek, aminek az lett a következménye, hogy úgy a politikai, mint a társadalmi életben kizárólag az újságírást akarták felelőssé tenni a forradalmakért, amelyeknek valójában sokkal mélyrehatóbb okai voltak."[13]

A kommunista rendszer tapasztalatai az egész társadalomra mély hatást gyakoroltak, a közhangulatot 1919 őszén a hagyományos értékek, a rend és tekintély iránti vágyakozás jellemezte (Romsics, 2003: 135). A korábban általánosan elfogadottnak hitt polgári jogrendet megkérdőjelező Tanácsköztársaság uralmával szemben szélesebb körökben jelent meg az újrakezdés igénye, amelyet a keresztény-nemzeti gondolat képviselői igyekeztek felerősíteni és felhasználni saját propagandájuk számára. Ennek egyik első jelentkezése az ismert ellenforradalmár, a Horthy Miklós katonai uralmát kívánó szegedi kapitányok közé tartozó Lingauer Albin (Ormos, 2000: 50) szombathelyi lapjában közölt felhívás volt. Ez 1919. augusztus 15-én arra szólította fel a magyar nőket, hogy világosítsák fel a kommunisták által megtévesztett rétegeket és szervezzék meg a „jó irányú" sajtótermékek terjesztését.[14]

A romlatlan, tiszta lelkületű, a családot a külvilág dekadenciájától megvédelmező nő toposzát a Budapesten berendezkedő ellenforradalmi hatalom is igyekezett felhasználni, amely egyik első propagandaakcióját a Bangha Béla jezsuita páter által megalapított, a katolikus érdekeket képviselő Központi Sajtóvállalat érdekében rendezte meg. Augusztus 17-én a konzervatív női szervezetek küldöttsége kereste fel – a hölgyek körében egyébként jó megjelenésének köszönhetően különösen népszerű[15] – Friedrich Istvánt, aki a szakszervezeti kormány megdöntése után, a radikális jobboldal támogatásával nyilvánította magát miniszterelnöknek. A küldöttség a „nemzetrontó" lapok kiadásának megakadályozását kérte,[16] és „a nemzetépítő munkában nélkülözhetetlen" Központi Sajtóvállalat számára igényelték az induláshoz szükséges papír biztosítását.[17]

Friedrich válaszában szigorú fellépést, az újságírók munkavállalási jogának politikai alapú korlátozását, a „destruktív" lapok támogatásának és papírellátásának megvonását ígérte.[18] A miniszterelnök néhány nappal később arról tájékoztatta kormányát, hogy a bolsevizmusban kompromittált lapok – például a Népszava – megjelenését nem kívánja engedélyezni.[19] Friedrichék ezen szándékai már korábban egyértelművé váltak: a

hatalomátvétellel egy időben, augusztus 6-án a Népszava szerkesztőségébe rendőrök nyomultak be, letartóztatták a munkatársakat, és néhány óráig fogva tartották őket. Az épületet néhány hétre lezárták, majd feldúlták.[20]

Az ellenforradalom katonai szárnya osztotta a sajtó állítólagos forradalmasító szerepét kárhoztató nézeteket. 1919 októberében Horthy Miklós székesfehérvári nyilatkozatában kinyilvánította szándékát, hogy a „destruktív sajtónak torkára forrasztja a szót".[21] A fővezér október közepén jelezte az amerikai misszió egy tagjának, hogy fel akarja függeszteni Az Est és a Népszava megjelenését, és a fővárosban csak a „keresztény" lapok kiadását engedélyezné (Sakmyster, 2004: 45).

Budapesten azonban Friedrich valódi bázissal nem rendelkező kormánya a sajtópolitika terén is ingatag helyzetben volt. A tényleges hatalom birtoklója, a megszálló román hadsereg minden politikai irányzat számára engedélyezni akart egy napilapot, a fővárosi kiadók viszont korlátlan lapindítási jogot és sajtószabadságot követeltek, amire nézve szolidaritást vállaltak egymással. Friedrich augusztus végén kénytelen volt beismerni tehetetlenségét, mivel „az összes nyomdák és sajtótényezők sztrájkban állnak a kormánnyal szemben".[22]

Friedrichék nehéz helyzetét jól jellemzi, hogy a kiadók és a szedők együttes sztrájkja még a kormány hivatalos lapjainak kiadását is megakadályozta. Az Ébredő Magyarok Egyesületének emberei ezért megszálltak egy nyomdát, ahol ezután egyetemisták és apácák – nagy valószínűséggel a Bangha páter szervezte „sajtószerzet" munkatársnői – végezték a Reggeli Hírek című kormányzati orgánum nyomtatását.[23]

A kormány azonban nemcsak a hatékony eszközök hiánya miatt nem vállalkozhatott radikális fellépésre a fővárosi lapokkal szemben, hanem azért sem, mert ez tovább rontotta volna nemzetközi megítélését. Ez egyébként is igen kedvezőtlen volt.[24] Friedrich egyes támogatói ebben a helyzetben inkább a kiegyezésre való törekvést tartották célravezetőnek. A korábban tanítóként és lapszerkesztőként dolgozó kereszténységszocialista Huszár Károly, vallás- és közoktatási miniszter arra hívta fel kollégái figyelmét, hogy „a kormány a maga pozícióját rendkívül meg fogja erősíteni, hogyha az összes lapok megindulhatnak".[25]

Friedrichék képviselői ezért tárgyalásokat folytattak a lapkiadók képviselőivel, amelyek végül eredményre vezettek.[26] A kabinet visszavonta korábbi rendelkezését, amely zár alá vette a lapok nyomtatásához szükséges papírkészleteket,[27] és szeptember 10-én hozott rendelete csupán a „közrendet veszélyeztető kommunista, bolsevista és anarchista sajtótermékek" birtoklásának és forgalmazásának megtiltásáról intézkedett,[28] ami jelentékeny visszalépést jelentett az egész „kompromittálódott" sajtó betiltásának igényével szemben.

A tényleges katonai erőt képviselő Nemzeti Hadsereg az általa ellenőrzött területeken sokkal erélyesebben lépett fel: Eckhardt Tibor sajtófőnök a fővárosi lapokat szállító vonatokról elkobozta és megsemmisítette a „hazafiatlan" újságokat, majd a novemberi budapesti bevonulás után a hadsereg erőszakkal igyekezett megfélemlíteni a „destruktívnak" tartott orgánumok munkatársait (Sipos, 2004: 28, 97). A beavatkozás azonban csak korlátozott célokat szolgált: szeptember folyamán, a kormánnyal való megegyezés után újraindultak a főváros legfontosabb lapjai, amelyek betiltásáért a Fővezérség sem próbált meg nyíltan fellépni.

Az atrocitások ellenére a sajtó több orgánuma megőrizte függetlenségét, és beszámolt a valós politikai helyzetről, többek között a fehérterror eseményeiről. Friedrich ezért már október elején kijelentette: nem hagyják, hogy a „destruktív" sajtó büntetlenül rágalmazza a Nemzeti Hadsereget.[29] Az ellenforradalmi hatalom az általa „destruktívnak" tekintett lapok teljes ellenőrzésére törekedett. 1919. november 13-án a kormány újra életbe léptette a háború idejére szóló intézkedések alapján a „kivételes sajtórendészeti ellenőrzést", vagyis az utólagos sajtócenzúrát.[30]

A Friedrich-kormány emellett azt is célul tűzte ki, hogy látványosan kidomborítsa a sajtó feltételezett felelősségét. Az igazságügyi tárca már szeptember elején utasította az államügyészséget, hogy vizsgálja át a Tanácsköztársaság alatt megjelent lapszámokat, és indítson eljárást az újságírók ellen:

> „Mivel a napilapok legnagyobb része és az újságírók nagy része a bolseviki agitálásban nagy szerepet vállalt, nagyon sürgősnek és fontosnak tartom, hogy ezek a bűnperek sürgősen és azonnal megindítassanak."[31]

A hatalom más módon is igyekezett meggyőzni a közvéleményt az újságírók „destrukciójának" veszélyességéről. 1919 őszén jelent meg Fehéri Armand könyve, A vesztegető forradalom, amelyet a szerző hivatalos kormányzati iratok alapján írt meg. A kiadvány célja egyértelműen a köztársaság politikusainak és a sajtónak a lejáratása, korrupt voltának igazolása volt. Ezért nyilvánosságra hozta, hogy Károlyi Mihály kormányzata milyen összegeket költött a különböző lapok és zsurnaliszták támogatására – természetesen emögött kizárólag önös politikai célokat sejtetve. Fehéri azt sugalmazta, hogy addig nem indulhat meg a közrend helyreállítása, amíg olyan személyek vannak a közéletben, akik „hasznot húztak" Magyarország összeomlásából.

Hogy a könyv a kormányzat érdekeit szolgálta, jól mutatja Gellért Oszkár véleménye, aki 1919 januárjában lett Károlyi Mihály sajtófőnöke. Szerinte a közölt adatok hitelesek voltak ugyan, ám a listát manipulálták, mert hiányoztak róla bizonyos „előkelő nevek", illetve azok, akik időközben a szélsőjobboldal szolgálatába álltak (Gellért, 1958: 360). Fehéri következtetései jól illeszkedtek a kormányzati elvárásokhoz:

> „a politikus, az író és a hírlapíró hozta lázba ezt az országot a háborús célok érdekében, ugyanők voltak, akik anyagi érdekeikhez képest beleszólást kértek az ország sorsának intézésébe és amikor elveszítették a háborút és az örvény szélén állottunk, megint a politika, az író és a hírlapíró volt az, aki idegen eszmékért és célokért, ezúttal már moszkvaiakért kiállt az első sorba" (Fehéri, 1919: 9, 20).

Miután 1919 őszén nem tiltották be a „destruktívnak” tartott lapokat, a keresztény-nemzeti véleményformálók annak módozatait kezdték keresni, hogy hogyan tarthatják ellenőrzés alatt a függetlenségüket addig megőrző orgánumokat. Az újkonzervatív-egyházi irányzaton belül kezdetben az az elképzelés volt a leghangsúlyosabb, amelyik a kötelező újságírói kamara felállításával fegyelmezte volna meg a zsurnalisztákat. A jezsuita rend által kiadott folyóirat, A Szív szerzője például egyértelműen kifejtette:

> „sajtó- és gondolatszabadság nincs a destruktív, istentelen, erkölcstelen irányra. […] Sajtóorgánumoknak mint rendes írója-újságírója nem lehet csakis az, akit elfogad a felállítandó újságírói kamara”.[32]

Hasonló követelést fogalmazott meg Bangha Béla jezsuita páter, aki már 1918 előtt is gyakran ostorozta a „destruktív” lapokat, ekkor azonban még kizárólag társadalmi fellépést kívánt velük szemben. 1919 után viszont már szigorú állami felügyeletet követelt. Javasolta, a sajtót helyezzék az állam ellenőrzése alá, hogy meg lehessen akadályozni a „nyilvánvaló néprontást”. Az újságírást nem egyszerű foglalkozásnak, hanem népművelő munkának tartotta, ezért szorgalmazta, hogy azt kössék szellemi és erkölcsi kvalifikációhoz (Bangha, 1920: 172).

Az állami ellenőrzés igényével a szegedi gondolat képviselői is egyetértettek, a kamara felállítását azonban sokan nem tartották megfelelő eszköznek. A Gömbös Gyula körének politikáját szolgáló napilap, a Szózat publicistája szerint például a kamara az ellenkező hatást érné el, mivel ennek vezetését „a sajtó legromlottabb elemei” foglalhatnák el, akik akadályoznák a keresztény-nemzeti gondolat híveit.[33]

A fajvédők sajtóval kapcsolatos nézeteit a legátfogóbban Zsilinszky Endre fejtette ki, aki – bár sürgette, hogy zárják ki az újságíró szakmából az „erkölcsileg nem megfelelő” embereket – szintén úgy találta, hogy a kötelező kamara rövid idő alatt szakszervezetté alakulna át, amely a „destrukció” érdekeit szolgálná. Úgy látta, hogy a kamarát csak az „új világnézetben nevelt” újságírói nemzedék színrelépése után szabad felállítani (Zsilinszky, 1920: 65–67, 79).

Az újságírók természetesen igyekezték megvédeni hivatásukat a kibontakozó hangulatkeltéssel szemben. A Magyar Újságírók Egyesületének közgyűlése például elítélte Fehéri Armandot, és megbélyegezte röpiratát.[34] Az újságírók igyekezték demonstrálni, hogy köreikben a kommunista irányzat hívei mindig is kisebbséget alkottak. Egyesületük vezetősége ezért a forradalmak során valamilyen szerepet vállaló tagok egy részét kizárta a testületből.[35] A Pesti Futár című riportlap pedig közölte azt a deklarációt, amelyet még 1919 júliusában fogadott el az újságírók szakszervezete Szász Zoltán indítványára. Szász ekkor nyíltan kimondta, hogy „a diktatúra tulajdonképpen zsarnokság s rettenetes katasztrófa az egész országra nézve”. Az újságírók a nyilatkozatban tiltakoztak, mert a proletárdiktatúra lehetetlenné tette a gondolatok sajtó útján való közlését, és a rendszer csak az őt szolgáló pártsajtó működését engedélyezte.[36] A gyűlést követően letartóztatták a szónokot és a vele rokonszenvezőket, azonban az olasz katonai misszió közbelépésére később szabadon engedték őket.[37]

A sajtó szerepének hivatalos megítélése 1919 végére érte el mélypontját. A helyzet ezután lassan javulni kezdett, ennek hátterében azonban nem a zsurnaliszták tiltakozása, hanem a politikai változások játszották a főszerepet.

Újságíró a bársonyszékben: Huszár Károly miniszterelnöksége és a sajtó

Huszár Károly kormánya 1919. november 24-én alakult meg, amelyben helyet kapott néhány liberális és szociáldemokrata politikus is. Huszárnak egyrészt valamelyest tekintettel kellett lennie a nyugati hatalmak által „ráerőltetett” koalíciós társakra, másrészt, az 1920-as választás kitűzésével egyre erősödött a belpolitikai konkurenciaharc. A széles választójog alapján rendezett megmérettetés pedig felértékelte a sajtó szerepét. Ebben a helyzetben Huszár arra törekedett, hogy gesztusokat tegyen a korábban oly sokat ostorozott „destruktív” lapok bizalmának elnyerésére.

A zsurnaliszták egy része örömmel fogadta azt a tényt, hogy az új miniszterelnök újságíró,[38] és az is bizakodást keltett, hogy új miniszterelnökségi sajtófőnököt neveztek ki a tapasztalt katolikus újságíró, az Alkotmány egykori szerkesztője, Bonitz Ferenc személyében. Tőle Az Est publicistája már egyenesen „rendszerváltozást”, a sajtó munkáját kísérő rosszakarat helyett az együttműködés meghonosítását remélte.[39]

A személyi változást hasonlóan értékelték a Fővezérségen is, ahol azonban a sajtóellenőrzés lanyhulásától tartottak. Horthy környezetében veszélyesnek látták a liberális sajtót, amely szerintük látszólag „behódolt a nemzeti iránynak”, de ezt csak azért, hogy később megint „internacionalista liberális” lehessen. Ezért a cenzúra további szigorítását követelték Huszár Károlytól, és igényt formáltak arra, hogy a Fővezérség összekötő tiszteket küldhessen a sajtóosztályhoz és az ügyészséghez. Követelték, hogy kobozzák el a „nemzeti eszmét” vagy a hadsereg érdekeit sértő lapokat, és még a sajtóvállalatoknak a külfölddel való telefonos érintkezését is be akarták szüntetni. A miniszterelnök azonban nem látta szívesen a polgári hatóságok jogkörébe való beavatkozási kísérletet: Huszár mindössze azt ajánlotta fel, hogy növeli a hadsereg egyfős képviseletét a sajtóellenőrző miniszteri bizottságban, minden más igényt viszont elutasított.[40]

Bonitz sajtófőnökként jól érzékelhetően törekedett a szakmai szempontok figyelembe vételére, és kormányzati szerepvállalása ellenére is érvényesíteni igyekezett a zsurnaliszták szakmai szolidaritását. A jobboldali radikálisok nagy felháborodással fogadták például, hogy a sajtófőnök megrótta a Szózatot a Magyar Újságírók Egyesületének gyűlésén, mert az szerinte „erőszakkal akarja megbontani a hírlapok szolidaritását”.[41]

A katonai körök szintén erős fenntartásokkal figyelték működését. A honvédelmi minisztert felháborította, hogy Bonitz csatlakozott a szakmai tiltakozáshoz a cenzúra túlkapásai ellen, valamint nehezményezte, hogy a sajtófőnök

és néhány beosztottja maga is újságíró, és „a cenzúra elleni ellenszenv valósággal a vérében van”.[42] Bonitz szereplése, aki állítólag „sértő módon” kommentálta a Fővezérség feljegyzéseit, személyesen Horthy Miklóst is zavarta. Ezért a miniszterelnököt egyenesen arra kérte, hogy a Fővezérséggel kialakult együttműködés megóvása érdekében azonnal mozdítsa el Bonitzot.[43] Huszár azonban ragaszkodott sajtófőnökéhez.

Huszár Károly miniszterelnökként igyekezett gesztusokat tenni pályatársainak, és ezért még azt is megkísérelte, hogy szembeszálljon a keresztény-nemzeti előítéletekkel. A kormányfő egy novemberi sajtóankéton azt mondta, hogy ő maga a cenzúra által aznap letiltott cikkekben semmilyen kivetnivalót sem talált, és hogy szerinte a sajtó hivatásának magaslatán áll.[44] 1919. december 2-án személyesen is megjelent az Otthon Kör választmányi ülésén, ahol kijelentette:

> „Bármily magasan lobogjanak még a szenvedély hullámai, […] ki kell állítania a bizonyítványt a magyar sajtó részére, hogy a legreménytelenebb időkben is százával akadtak az Otthonban, akik titokban vagy nyíltan konspiráltak a fönnálló rendszer ellen.” [45]

Azt is kifejtette, hogy a bolsevizmus hajóját az Otthon ülésén fúrták meg először, elismerve ezzel Szász Zoltán júliusi nyilatkozatát. Egyben, mintegy kijelentésének ellentételezéseként azt kérte volt kollégáitól, hogy a választási harc során törekedjenek a nyugalom fenntartására.[46]

Miután az Antiszemita Párt december 7-én tartott nagygyűlésének résztvevői a demagóg uszítás hatására feldúlták a Népszava és az Est szerkesztőségét, Huszár határozottan elítélte a rombolást, és intézkedett a nyomdák és szerkesztőségek állandó védelméről.[47]

A miniszterelnök annak érdekében is tett lépéseket, hogy megkönnyítse a sajtó mindennapi munkáját. A belügyminisztérium megerősítette a kivételes sajtórendészeti ellenőrzés során engedélyezett lapok utcai terjesztésének jogát, és büntetést helyezett kilátásba a terjesztést önkényesen akadályozó hatóságok számára.[48] Huszár emellett méltányolta az újságírók panaszait a cenzúra kiszámíthatatlan működéséről, és sajtófőnökét bízta meg azzal, hogy tegye átláthatóbbá a gyakorlatot.[49]

A kormány ahhoz is hozzájárult, hogy a lapok a cenzúra döntéseivel szemben fellebbviteli bizottsághoz fordulhassanak, amely közigazgatási tisztviselőkből jött létre.[50] A kormányfő január végén arra utasította a sajtóellenőrző miniszteri bizottság tagjait, hogy „különösen a politikai vonatkozású cikkeknél minden úgynevezett »egyéni akciótól« tartózkodjanak”, a cikkeket egységes szempontrendszer alapján bírálják el, és alkalmazkodjanak a miniszterelnökség utasításaihoz.[51]

Huszár gyakorlata, amely a sajtó szerepének a korábbinál realistább megítélését célozta, saját táborában is ellenkezést váltott ki. Egy publicista például úgy vélte, hogy a miniszterelnök téves információk birtokában nyilatkozott az újságírók Tanácsköztársaság alatt játszott szerepéről.[52] A miniszterelnök végül visszakozott, és újévi beszédében már azt hangsúlyozta, hogy

> „a sajtónak egy nagy része romboló és pusztító hatással volt a magyar nép lelkére […] a bolsevizmus, amely édesgyermeke a szociáldemokráciának és a szélsőséges radikalizmusnak, táplálékot talált a sajtó egy részében is”.[53]

Ennek ellenére, Huszár Károly rövid miniszterelnöki szereplése a sajtó kezelése terén azt jelzi, hogy a keresztény-nemzeti tábor tagjai sem voltak egységesek a sajtó megítélésében. A békülékenyebb újkonzervatív Huszárral szemben a szegediek teljességgel elvetették a sajtószabadságot, és a saját ideológiájukat támogató néhány orgánum kivételével az egész sajtót „destruktívnak” tartották. Még 1920 februárjában is rendszeresen előfordult, hogy a katonák elkoboztak egyes lapokat a postakocsikról és a postahivatalokból, amit azonban a polgári közigazgatás hatásköri túllépésként értékelt, és már megpróbálta megakadályozni.[54] A katonák és a civilek, a radikálisok és a mérsékeltebbek ellentétei a konszolidációs folyamatok előrehaladtával egyre jobban érzékelhetővé váltak.

Az ébredők kampányai

Az 1920-as választások után Simonyi-Semadam Sándor alakította kormány a sajtó kérdését ismét csak a keresztény-nemzeti klisék alapján közelítette meg. Politikusai azonban a sajtókérdés megoldását radikális módszerek alkalmazása nélkül képzelték el. Simonyi-Semadam a nemzetgyűlés előtt kijelentette: „egyetlenegy alkotmányos miniszterelnök sem vállalkozik arra, hogy lapokat egyszerűen eltüntessen a színtérről és megjelenésüket megakadályozza”.[55] A kormányülés zárt plénumán a miniszterelnök ugyanakkor a közvélemény és a „konstruktív” sajtó nyomására hivatkozva kilátásba helyezte a sajtókamara felállítását, „amely hivatva volna a sajtó életét megtisztítani, az újságíró társadalomból a parazitákat kigyomlálni”. Egyben nemzeti érdeknek nyilvánította a budapesti keresztény lapok megerősödését, és javasolta, hogy az állam a dualizmus korának módszereivel – vagyis a lojális lapok anyagi támogatásával – segítse a neki tetsző orgánumokat. A minisztertanács a részletek keresztülvitelével a kormányfőt bízta meg.[56]

A „keresztény” lapok maguk is hangosan bizonygatták, hogy rászorulnak a segítségre. A Szózat cikkírója már 1920 májusában arról panaszkodott, hogy keresztény sajtó anyagi gondokkal küzdött, mivel a piacszerzés igénye és a verseny miatt alacsony árakat kellett alkalmaznia, és nem rendelkezett saját nyomdavállalatokkal, amelyek haszna ellensúlyozhatta volna a hiányt. Ezzel szemben szerinte a liberális vállalatok hatalmas anyagi fölényben voltak, hiszen a háborús konjunktúra éveiben jelentős anyagi tartalékot tudtak gyűjteni. A szerző azért hibáztatta az

államot, mert korábban nem volt bátorsága betiltani a liberális orgánumokat, illetve mert nem támogatta anyagilag a keresztény sajtót.[57] A magukat hátrányos helyzetben érző keresztény-nemzeti lapkiadók közös érdekeik védelmére saját szindikátus alakítását is elhatározták.[58]

Zsilinszky Endre szintén a különböző „keresztény" napilapok erőteljes állami támogatását sürgette, hogy lehetségessé váljon az egységes közvélemény megteremtése, „a magyar faj lelki világának átgyúrása", amit a területi revízió egyik előfeltételének látott (Zsilinszky, 1920: 79).

Ezeket a törekvéseket a status quo konzervatívok már egyre inkább fenntartásokkal fogadták. A Magyar Helikon című lap publicistája például kiemelte, hogy Zsilinszky elfogult és túlzó képet alkotott a destruktív sajtóról, a frissen alapított „keresztény" lapok versenyképtelenségét pedig az újságírói érzék hiányával magyarázta. A szerző szerint ezeket az orgánumokat nem helyes állami beavatkozással megmenteni. Ehelyett új, tőkeerős vállalkozások létrehozását sürgette, amelyek szívós munkával, évtizedek alatt közönséget szereznek maguknak, és „nemzetivé" alakítják a liberális ellenzéki lapokat, de a szélsőséges kurzuslapokat is.[59]

A keresztény-nemzeti blokk sajtópolitikájának egységét az a tényező is gyengítette, hogy a parlamentáris keretek közé visszakerülő politika szereplői elégedetlenek voltak a cenzúra gyakorlati működésével. Számos képviselő érezte úgy, hogy a hatóság nem pártatlanul működik. A nemzetgyűlés 1920-as ülésein egymást érték a lapellenőrzés módszereit vitató felszólalások – a kormánypártiak részéről is. A kisgazda Kováts J. István például a magas költségekre, a cenzorok következetlen, önkényes gyakorlatára és a sajtó ellenőrző funkciójának akadályozására panaszkodott. Ezért legalább egységes és felelős vezetést kívánt a cenzúra élére.[60]

A keresztény-nemzetiek radikálisai azonban, elsősorban az ébredő magyarok – talán felismerve azt, hogy az idő nem nekik dolgozik –, egyre türelmetlenebbül akarták érvényesíteni szándékaikat. Az ébredők elnöki konferenciája 1920 májusában kimondta, hogy az egyesület a „destruktív" sajtó terjesztését minden községben és városban meg fogja akadályozni.[61]

A határozatot hamarosan néhány törvényhatóság hasonló értelmű döntése követte. Esztergom vármegye 1920. május 29-én a „destruktív" lapok terjesztésének megvonására tett javaslatot. Kecskemét közgyűlése pedig augusztus 31-én szigorúbb sajtóellenőrzést és a „forradalmasító" lapok betiltását kérte. Az első kezdeményezéshez az év folyamán tíz, a másodikhoz kettő törvényhatóság csatlakozott.[62]

Az ébredők őszi közgyűlése szeptember 19-én támogatta a vasutas nagygyűlés korábbi döntését a „destruktív" sajtó bojkottjáról (Zinner, 1989: 87), valamint követelte az irodalom és a sajtó ellenőrzését, az újságírói kamara felállítását, valamint a „Magyarország lerombolásában részes újságok" büntetőjogi felelősségre vonását, a Károlyi-forradalom és a Tanácsköztársaság előidézésében bűnösnek talált lapok betiltását. Ezen túl az ébredők megtiltották volna, hogy az újságok szellemi irányítói lehessenek zsidók vagy szabadkőművesek, és minden újságírót esküre köteleztek volna arról, hogy „írásaival a magyar állameszmét szolgálja". Végül követelték, hogy cenzorok csak keresztény-nemzeti szempontból megbízható emberek lehessenek, és hogy a „bomlasztó zsidó sajtó" ne kapjon állami támogatást.[63]

Az akcióhoz a fővárosi Keresztény Községi Párt vezetője, Wolff Károly is csatlakozott, aki a destruktívnak minősített lapok társadalmi bojkottját javasolta, és meg akarta tiltatni, hogy a főváros intézményei ezeket járassák. Egyik párttársa ezt többek között azzal indokolta, hogy 1918-ban Az Est őrölte fel a frontokon a katonai fegyelmet, és arra is utalt, hogy a felállítandó kamarában valamiféle numerus clausust kellene megvalósítani.[64]

A fajvédők azonban nem voltak elégedettek a szervezkedés eredményeivel, ezért arra törekedtek, hogy demonstrálják: az egész ország őket támogatja. Az egykori szegedi kapitány, Kozma Miklós feljegyzései szerint elhatározták: „A destruktív sajtó ellen Budapesten megindított akció kimélyítendő, hogy a közhangulat nyomása alatt arra illetékes körök konkrét intézkedéseket tehessenek." A tervek szerint a követelésekhez különböző vidéki testületeknek is csatlakozniuk kellett volna úgy, hogy az akció „lavinaszerűen" menjen végbe. Gömbös Gyula vállalta, hogy megszerzi a jobboldali egyesületeket tömörítő Társadalmi Egyesületek Szervezetének (TESZ) támogatását, amelynek elnöke Bethlen István volt. A tömegtámogatás demonstrálására nagygyűlést terveztek, eredetileg húsvétra időzítve, amelyet „energikusnak" szántak, de leszögezték, hogy tartózkodni fognak a kormányellenes megnyilvánulásoktól.[65]

Bethlen ekkor még taktikusabbnak látta elfogadni a követelést, és a TESZ hivatalosan csatlakozott a mozgalomhoz.[66] A szervezet memorandumban követelte, hogy az állam szigorúan vizsgálja meg a sajtó 1918–1919 közötti szerepét:

> „A nemzeti közvéleményre megtévesztő és demoralizáló hatása van annak, hogy oly orgánumok, amelyek a rothasztásban, a szétzüllésben elöljártak, továbbra is a tisztességes és komoly sajtóval egyazon mezben járnak, ugyanolyan kedvezményeket élveznek, és ugyanolyan terjesztési szabadságot" (Szinai– Szűcs, 1962:48).

A szervezet követelte, hogy a keresztény-nemzeti lapokat szabadítsák meg a „magyar nyelvű, de idegen szellemű versenytől", ezért a sajtóügyek vizsgálatára különbíróság kiküldését javasolta, amely jogosult lett volna feltárni a sajtó által elkövetett „bűntetteket" (Szinai–Szűcs, 1962: 48–51).

A radikális kurzuslapok igyekeztek előkészíteni a végül március 13-ára időzített nagygyűlést, elsősorban Az Est ellen keltve hangulatot. A megszokott vádak mellett, amelyek szerint ez a lap volt a forradalom fő előkészítője és kiszolgálója,[67] újabbak is megjelentek. Egy szerző például azért tette felelőssé az orgánumot, mert Az Est

„megbolygatta a nép törvénytiszteletét”, és ennek tulajdonította a falusi jegyzőket a forradalmak idején ért támadásokat.[68]

A keresztény-nemzeti kurzus lapjaiban kibontakozó támadásokra válaszként a Magyar Újságírók Egyesülete a kari becsületbe ütközőnek találta és elítélte, hogy

> „a sajtó egy részében olyan tartalmú cikkek jelentek meg, amelyek a sajtó egy részének megfojtását és újságíróknak a világesemények bekövetkezéséért való felelősségre vonását követelik”.[69]

A kampány hatását az is gyengítette, hogy a TESZ számos tekintélyes tagegyesülete már a nagygyűlés előtt elhatárolódott tőle.[70]

Az ébredők a tiltakozás tetőpontjának a március 13-ai népgyűlést szánták, amely a sajtószabadság eszméjének antiliberális átértelmezését szolgálta. Az eseményen a közönség megesküdött, hogy nem olvas többé „zsidó” lapokat. A gyűlésen a liberális sajtó szerint elsősorban a fajvédők törzsközönsége vett részt, és Az Est egyszerűen a keresztény lapok előfizetőket toborzó reklámkampányának részeként mutatta be a megmozdulást.[71]

A kampány sikerében a radikálisok közül is sokan kételkedtek. Kozma Miklós egyik támogatója például úgy látta, hogy a követelések nem egyeztethetőek össze az országban lassan meginduló konszolidációval: amíg az ébredőknek nincs lehetőségük a nekik nem tetsző lapok betiltására – írta –, addig a sajtóakció nem fog igazi eredményeket hozni, ehhez azonban más kormányzati rendszer lenne szükséges.[72]

Az akció mindössze annyit ért el, hogy biztosította Horthy Miklós támogatását, aki a radikálisok követeléseinek megfelelő törvényi szabályozás megalkotására szólította fel kormányát.[73] Az áprilisban miniszterelnökké kinevezett Bethlen István fel is használta ezeket a törekvéseket a saját, mérsékeltebb, de az újságírók számára így sem elfogadható sajtótörvény-tervezetének igazolására. Ezzel arról is meg akarta győzni az újságírókat, hogy a kormány javaslata jelenti a „kisebbik rosszat” a számukra (Sipos, 1998: 171).

A jogszabály gumiparagrafusokkal tette volna lehetővé a kormány számára a lapok ellenőrzését a cenzúra megszüntetése után is. Tomcsányi Vilmos Pál igazságügyi miniszter a sajtó képviselőivel tartott találkozón a „társadalmi nyomással” indokolta sajtótörvény-tervezetének 3. fejezetét, amely az „államellenes irányú lapok” ellenőrzésére független bíróságot rendelt felállítani. Ennek az lett volna a feladata, hogy

> „a sajtó irányzatát figyelemmel kísérje és még abban az esetben is közbeszóljon, ha kifejezetten törvénybeütköző bűncselekmény nem is követtetik el a sajtóban, hanem a sorok között és a lap irányzatában olyan destruktív, olyan államellenes irányzat nyilvánul meg, ami bizonyos megtorlást követel”. [74]

A miniszter ugyanakkor azt is jelezte, hogy nem támogatja a sajtókamara felállítását, mert az ellentétes a sajtószabadsággal. Helyette a sajtótilalom intézményét szándékozott bevezetni, amely lehetővé tette volna, hogy az államellenes tevékenység miatt elítélt újságírókat eltiltsák a publikálástól.[75]

A Bethlen-kormány tervezete ellen nem csak az újságírók tiltakoztak, sok ébredő is bírálta. A keresztény pártot képviselő Lingauer Albin továbbra is kötelező sajtókamarát sürgetett, amelynek választmányában – a „keresztény” befolyás biztosítására – azonos arányban szerepeltek volna az újságírók, illetve a kormány és a sajtóbíróság küldöttjei.[76] A Szózat publicistája a sajtó állami ellenőrzésének biztosítására az államfő által kinevezett Sajtótanács felállítását követelte, amely a hírlapírói szervezeteket, az egyetemi képzést, a bíróság és a vádhatóság munkáját ellenőrizte volna.[77]

A törvényjavaslat megosztotta a keresztény-nemzeti tábort. Zsilinszky Endre azt hiányolta, hogy a javaslat nem mondta ki a forradalom előtt elkövetett „bűnökre” az elévülés hiányát. Ugyanakkor helyeselte a sajtójogi felelősség terén bevezetni kívánt egyetemesség elvét.[78] Ezzel szemben a keresztény párt vezetői azon a véleményen voltak, hogy az egyetemes felelősség tovább növelné a kiadók hatalmát. Arra hivatkoztak, hogy a kollektív felelősség az egyéni felelősségérzet hanyatlásához vezetne, ezért az egyéni felelősség mellett érveltek.[79] Mivel a kérdés a jogszabály lényeges elemét érintette, ezért elképzelhető, ezeknek az ellentéteknek is lehetett szerepe abban, hogy a kormány 1921 végén visszavonta a javaslatát.

1921-re a keresztény kurzus radikálisainak korábbi népszerűsége is kezdett megkopni, ami tovább rontotta sajtóorgánumaik anyagi helyzetét.[80] A budapesti pénzügyi körökben – legalábbis a bécsi emigráns sajtó értesülései szerint – elterjedtté vált az a nézet, hogy a sajtópiacon a keresztény kurzus képviselete „kölönc”, üzleti hátrány, amelyhez ezért egyre kevésbé voltak hajlandóak tőkét biztosítani.[81]

Bethlen István kormányzata felismerte, hogy nem képes radikálisan átalakítani a kor sajtóját, ezért a sajtóviszonyok terén saját befolyásának erősítése mellett a jogbiztonság helyreállítására törekedett. 1921 decemberében megszüntették a kivételes sajtórendészeti ellenőrzést. A kormány joga az új lapok kiadásának engedélyezésére és a lapok betiltására azonban továbbra is érvényben maradt, és a miniszterelnöki sajtóosztály aktívan fellépett az állami tekintély védelmében (Sipos: 2004: 37, 40). A forradalomban „vétkes” lapok betiltásának igénye azonban végleg lekerült a napirendről.

A kormányzat pragmatizmusa egyre nehezebben fért össze a radikálisok igényeivel. Az ébredők rossz néven vették, hogy a politikusok, élen a miniszterelnökkel, rendszeresen nyilatkoztak az általuk bojkottált napilapoknak,[82] és

csalódással fogadták, hogy csupán egyetlen miniszter tagadta meg nyilatkozatait a „destruktív” sajtótól.[83] Az ismert ébredő, Förster Lajos, kunszentmiklósi főszolgabíró kijelentette, hogy néhány lap „csupán kormányzati viszonyaink eddigi gyengesége” miatt jelenhetett meg. Járása lakosságát ezek helyett a „keresztény” lapok olvasására akarta rábírni.[84] Förstert antiszemita nyilatkozatai miatt a belügyminiszter nem sokkal később felfüggesztette állásából, amit a fajvédők az „előretörő zsidósajtó” számára tett gesztusként értékeltek.[85]

A kormány részéről megjelentek a törekvések arra, hogy féken tartsák a radikális tollforgatókat. Vass József miniszter ezért egyeseket megfenyegetett azzal, hogy fejükre olvassa régi „vétkeiket”:

> „ha most elővenném azokat, akik keresztény lapokba dolgoznak, keresztény egyesületek élén állanak és megkérdezném, mi volt a véleményük 1919-ben és milyen beszédeket mondottak a szabadkőműves páholyokban, nagyon sok embert ki kellene rostálni”.[86]

A Bethlen-kormány hozzáállását jelzi Eckhardt Tibor indítványának sorsa, aki 1922 nyarán a parlamentben javaslatot tett Az Est, a Pesti Napló, a Magyarország és a Világ kormányintézkedésekkel való beszüntetésére. Erre válaszként a miniszterelnök csupán apró gesztust tett az ébredők álláspontjának, kijelentve, hogy a Tanácsköztársaság után indokolt lett volna ugyan a felsorolt lapok betiltása, azonban erre már nincsen lehetőség, hiszen hat hónap alatt a sajtó minden „bűne” elévült.[87]

A kormány tagjai hamarosan már amiatt aggódtak, hogy egyes bal- és jobboldali lapok „izgató modorban” írnak, akadályozva a konszolidációt, ezért határozott fellépést helyeztek kilátásba „a társadalmi és a felekezeti béke” érdekében.[88] Erre Gömbösék fajvédő sajtója is okot adott, amellyel szemben – miután Gömbös nyíltan szembefordult a kormánnyal – gyakran alkalmaztak különféle sajtórendészeti büntetéseket (Gergely, 2001: 151, 163).

A radikálisabbak természetesen nehezen nyugodtak bele a körülmények átalakulásába. A budapesti közigazgatási bizottság például 1922-ben ismételten kérte a „lázító sajtó” megfékezését.[89] A kormány címére még 1923 folyamán is érkezett néhány helyhatóságtól hasonló megkeresés.[90] A csendőrség vezetése szintén görcsösen igyekezett érvényesíteni értékrendjét. Erre utal egy főhadnagy esete, aki azért tett panaszt, mert a balassagyarmati trafikos a kért keresztény lapok helyett „destruktív újságokat” akart rátukmálni. Beadványa az országos csendőrparancsnokság közvetítésével egészen a miniszterelnöki sajtóosztályig jutott, amely azonban csak a jogsértés hiányát állapította meg.[91]

Az ébredők szintén rezignáltan figyelték a sajtópolitikát: arról voltak meggyőződve, hogy az állam a rendelkezésére álló hatékony eszközöket csak ijesztgetésre használta, és nem akadályozta meg az „ismétlődő sajtómérgezést”.[92] Néhány évvel később a politikai perifériára szorított Eckhardt már azzal vádolta a miniszterelnököt, hogy sajtópolitikája nincsen tekintettel a keresztény-nemzeti szempontokra, és az állami támogatások kizárólagos feltétele a kormány támogatása lett.[93]

A konszolidáció előrehaladása végleg megbontotta a keresztény-nemzeti tömb egységét. 1922-re az egyházi-újkonzervatívok is véglegesen eltávolodtak a szegedi gondolat híveitől. Ezt jelképesen is kifejezte, hogy Bonitz Ferenc a katolikus újságírókat tömörítő Országos Pázmány Egyesület képviseletében hivatalosan részt vett az Otthon Kör március 15-ei rendezvényén, amiért az ébredők vezetősége határozottan elítélte őt.[94]

A támadásokkal szemben a Pázmány Egyesület védelmébe vette Bonitzot, kimondva, hogy

> „más hasonló irányú társegyesületekkel az együttműködést a magyar sajtó munkásainak közös kérdéseiben és ügyeiben nem kárhoztatja, sőt kívánatosnak tartja, hogy ezáltal a keresztény szellem térhódítása a sajtó munkásainak minden rétegében érvényesülhessen”.[95]

A kortárs megfigyelő úgy érzékelte, hogy a különböző politikai jelszavaknak nem sikerült az újságírók szakmai kötelékét megbontani, és 1922-re az idősebbek között végig fennálló szolidaritáshoz a fiatalok is csatlakoztak.[96]

„Mindnyájan tudunk beszélni a háború elvesztésének és a forradalomnak okairól, mégpedig annál többet, minél kevesebbet törődünk beszédünk tartalmának történeti igazságával” – állapította meg 1922-ben a konzervatív-liberális újságíró, Szabó László, aki külön kötetet adott ki annak megcáfolására, hogy az összeomlást a sajtó okozta volna (Szabó, 1922: 1). Megjegyzése jól jellemzi a keresztény-nemzeti ideológia képviselőinek hozzáállását a sajtó szerepéhez, amelyet többnyire nem elvi kérdésként, hanem politikai fegyverként kezeltek. 1919 őszén a keresztény-nemzeti tábor különböző csoportjai egyaránt a politikájukat ellenző orgánumok korlátozását, illetve betiltását tervezték, és céljaik igazolására – kihasználva a közvéleményben korábban is jelen levő sztereotípiákat – propagandát indítottak a „destruktívnak” nevezett lapok ellen, amelyeket igyekeztek felelőssé tenni az ország katasztrofális helyzetéért.

Miután azonban világossá vált, hogy a befolyásos fővárosi lapok elleni fellépés nemzetközi következményekkel járt volna, a betiltás lehetősége lekerült a napirendről. 1919 őszén az újkonzervatív Huszár Károly miniszterelnök a választásra való felkészülés jegyében még tovább ment: enyhített a sajtópolitika szigorán, és jelképes gesztusokat tett az újságíróknak – még a katonai körök nehezteléséne árán is.

Míg 1920–1921 folyamán az egymást követő kormányok rendeletalkotással és a dualizmus korának módszereihez való visszatéréssel igyekeztek akaratukat érvényesíteni a sajtóval szemben, addig a keresztény-nemzeti radikalizmus hívei továbbra is arra törekedtek, hogy „jóvátegyék” az 1919-es „hibát”, és elérjék a „destruktív”

lapok betiltását. Akcióik mozgatórugója ekkor már elsősorban saját lapjaik piaci helyzetének javítása volt, fellépésüket pedig a sajtó korábban is sokat hangoztatott háborús és forradalmi felelősségével igyekeztek indokolni.

Bethlen István kormányzásának kezdetén maga is igyekezett felhasználni a radikális követeléseket saját sajtótörvény-tervezetének keresztülvitelére, sőt alkalmanként hangoztatta a „bűnösség" retorikájának néhány elemét. Legfontosabb célja azonban a sajtópolitika terén is – a liberális és baloldali orgánumok „megszelídítése" és a tekintélyek védelme mellett – a radikálisok háttérbe szorítása volt. A „bűnös sajtó" sztereotípiája 1922-től a szélsőségesekkel együtt kezdett fokozatosan kiszorulni a kormányzati politika szintjéről, és fennmaradását az 1920-as években a szűkebb fajvédő politikai szubkultúra biztosította.

Irodalom

Bangha Béla (1920): *Magyarország újjáépítése és a kereszténység.* Budapest, Szent István Társulat.

Benda Jenő (1917): Az uszító sajtó. *Huszadik Század.* XXXVI. kötet.

Bihari Péter (2008): *Lövészárkok a hátországban. Középosztály, zsidókérdés, antiszemitizmus az első világháború Magyarországán.* Budapest, Napvilág.

Böhm Vilmos (1923): *Két forradalom tüzében.* Wien, Bécsi Magyar Kiadó.

Fehéri Armand (1919): *A vesztegető forradalom.* Budapest, Kertész József könyvnyomdája.

Gellért Oszkár (1958): *Egy író élete.* I. kötet. (h.n.), Bibliotheca

Gergely Jenő (1987): A „keresztény-nemzeti" ideológia (1919–1944). In: *Egy letűnt korszakról 1919–1945.* Szerk.: Sánta Ilona. Budapest, Kossuth.

Gergely Jenő (2001): *Gömbös Gyula. Politikai pályakép.* Budapest, Vince Kiadó.

Jászi Oszkár (é. n.): Szabó Ervin és életútja. In: Szabó Ervin: *Társadalom és pártharcok a 48–49-es magyar forradalomban.* Budapest, Népszava Könyvkiadó.

Jowett, Garth S. & Victoria O'Donnell (1992): *Propaganda and Persuasion.* London–New Delhi, Sage Publications.

Kozma Miklós (1933): *Az összeomlás 1918–1919.* Budapest, Athenaeum.

Latinca Sándor (1918): *Háború az uszító sajtó ellen.* Budapest, Pallas.

Major Róbert (1945): *25 év ellenforradalmi sajtó 1919–1944.* Budapest, Cserépfalvi.

Mester János (1917): Vázlatok és gondolatok sajtóvasárnapokra. In: *Sajtóvasárnap a templomban és a templomon kívül.* Budapest, Élet Rt.

Ormos Mária (2000): *Egy magyar médiavezér: Kozma Miklós.* I. kötet. Budapest, PolgArt.

Rudas Zoltán (1918): Pacifizmus és sajtókérdés. *Huszadik Század.* XXXVIII. kötet.

Romsics Ignác (2003): *Magyarország története a XX. században.* 3. kiadás. Budapest, Osiris.

Sakmyster, Thomas(2004): *Admirális fehér lovon. Horthy Miklós, 1918–1944.* Budapest, Helikon.

Sipos Balázs (2004): *A politikai újságírás mint hivatás.* Budapest, Napvilág Kiadó.

Sipos Balázs (1998): Hatalom és nyilvánosság: a budapesti liberális sajtó az 1920-as években. *Múltunk.* 3-4. szám.

Szabó László (1919): *A bolsevizmus Magyarországon.* Budapest, Athenaeum.

Szabó László (1922): *Mi okozta az összeomlást és a forradalmakat? Hadvezérek, államférfiak és diplomaták emlékiratai nyomán.* Budapest, Athenaeum.

Szinai Miklós & Szűcs László (1962) *Horthy Miklós titkos iratai.* S.a.r. Szinai Miklós & Szűcs László. Budapest: Kossuth.

Zinner Tibor (1989): *Az ébredők fénykora 1919–1923. (Értekezések a történeti tudományok köréből. Új sorozat 110)* Budapest, Akadémiai Kiadó.

Zsilinszky Endre (1920): *Nemzeti újjászületés és sajtó.* Budapest, Táltos.

Lábjegyzetek

127
A budapesti sajtó. *Új Nemzedék,* 1921. február 8.

128

Magyar Országos Levéltár (MOL) K 26 1242. csomó V. tétel 5483. szám. A sajtónovella tárgyában tartott értekezlet jegyzőkönyve 1921. június 20.

129 Székesfehérvári Püspöki Levéltár – Lit. Enc. 1444/1916.

130 260 koronát kért öt sorért Az Est a nyomorgó tartalékosoktól. *Pesti Futár*, 1919. január 10.

131 Szétrombolták az „Apostol nyomdát”. *Alkotmány,* 1919. február 20.

132 Magyar Lajos: A forradalmi sajtó. *Az Ember,* 1919. január 28.

133 MOL P 4 330. tétel. Andrássy Gyuláné naplója. Melléklet: Szmrecsányi György levele Andrássynénak.

134 A romboló sajtó ellen. *Kalocsai Néplap,* 1920. október 9.

135 Uo.

136 Gondolatok. *Szerda*, 1919. november 28.

137 Újságíró ellenforradalmárok. *Szerda*, 1919. szeptember 10.

138 Budapest Főváros Levéltára VII. 18.d-1919. 13-7182. Dr. Orbók Attila újságíró feljelentése 1919. augusztus 12. Az október 22-én kelt vizsgálati jelentés szerint Bakonyi Miksa, a kör főtitkára kijelentettte, hogy a kommunisták ezt már csak azért sem tehették volna meg, mert „tekintve a nagy elkeseredést, ezeket onnan az újságírók feltétlenül kiverték volna.”

139 Dr. Kállay Miklós: Hogyan és hol élnek a budapesti újságírók? *Amerikai Magyar Népszava,* 1921. december 25.

140 Reissing Antónia: A magyar nőkhöz! *Vasvármegye,* 1919. augusztus 15.

141 MOL P 4 330. t. Andrássy Gyuláné naplója 1919. október 12.

142 A magyar nők. *Reggeli Hírek,* 1919. augusztus 18.

143 MOL K 26 1208. cs. III. t. 4208. sz. Kérvény a főhercegnek 1919. augusztus 17.

144 A magyar nők a kormányzónál és a miniszterelnöknél. *Reggeli Hírek,* 1919. augusztus 18.

145 MOL K 27 Kormányülések 1919. augusztus 28. 8. pont.

146 A Népszava a rendőrpuccs után. *Népszava,* 1919. szeptember 28.

147 *Vasvármegye,* 1919. október 14.

148 MOL K 27 Kormányülések 1919. augusztus 28. 8. pont.

149 Történelmi események. *Typographia,* 1919. szeptember 19.

150 Ennek tudatában a kabinet kétmillió koronát szavazott meg a külföldi sajtópropaganda céljaira. MOL K 27 Kormányülések 1919. augusztus 28. 4K. pont.

151 MOL K 27 Kormányülések 1919. szeptember 10. 8. pont.

152 Uo.

153 A magyar kormány 1919. évi 4472. M. E. számú rendelete az újságpapír forgalmának és felhasználásának szabályozásáról. *Rendeletek Tára*, (1919) 703.

154 A magyar kormány 1919. évi 4680 M. E. számú rendelete a közrendet és közbiztonságot veszélyeztető sajtótermékek beszolgáltatásáról és megsemmisítéséről. *Rendeletek Tára*, (1919) 702.

155 A miniszterelnök a nemzeti és keresztény politikáról. *Szózat,* 1919. október 12.

156 Ezt felváltva 1921márciusában a Teleki-kormány „fakultatív” cenzúrát vezetett be. Ugyanakkor a Simonyi–Semadam-kormány miniszterelnöki engedélyhez kötötte a lapok indítását, a Teleki-kabinet pedig lehetőséget adott a belügyminiszternek a „közérdeket veszélyeztető” lapok betiltására. (Sipos, 2004: 30–38).

157 MOL K 26 1208. cs. III. t. 4695. sz. Az igazságügyi minisztérium a főállamügyésznek 1919. szeptember 8.

158 A Szív nemzetgazdasági és kultúrprogramja. *A Szív,* 1919. november 29.

159

Kenedy Géza: Sajtókamara. *Szózat*, 1920. december 31.

160 Az újságírók Fehéri Armand könyvéről. *Népszava*, 1920. január 6.

161 Huszonnyolc újságírót kizártak az Újságírók Egyesületéből. *Népszava*, 1920. január 17.

162 Szász Zoltán ellenforradalmi beszéde 1919. július 7-én az Otthon Körben. *Pesti Futár*, 1919. szeptember 19.

163 Újságíró ellenforradalmárok. *Szerda*, 1919. szeptember 10.

164 Gondolatok. *Pesti Futár*, 1919. november 28.

165 Az új sajtófőnök. *Az Est*, 1919. november 26.

166 MOL K 26. 1208. cs. III. t. 6252 sz. A fővezérség a miniszterelnöknek 1919. november 26. A miniszterelnök válasza 1919. december 9.

167 Zsilinszky Endre: „Hírlapok szolidaritása". *Szózat*, 1920. május 22.

168 MOL K 26 1231. cs. V. t. 4877. sz. A hadügyminiszter a miniszterelnöknek 1920. június 12.

169 MOL K 26 1230. cs. V. t. 1186. sz. A fővezér a miniszterelnöknek 1920 január 30.

170 Huszár miniszterelnök a kormány sajtópolitikájáról. *Az Est*, 1919. november 30.

171 A miniszterelnök az újságírók között. *Szózat*, 1919. december 3.

172 Uo.

173 „Cselekedtek a keresztények". *Népszava*, 1919. december 9.

174 A béke és a rend érdekében. *Népszava*, 1919. december 10.

175 MOL K 148 739. cs. 27. t. 83. sz. A miniszterelnök a belügyminiszternek 1919. december 10.

176 A Minisztertanács a sajtócenzúráról. *Népszava*, 1919. december 25.

177 MOL K 148 739 cs. 27 t. 83. sz. A miniszterelnök a belügyminiszternek 1920. január 28.

178 Kik fúrták meg a hajót? *Új Nemzedék*, 1919. december 4.

179 A politikai pártok újéve. *Népszava*, 1920. január 2.

180 MOL K 26 1231. cs. V. t. 9930. sz. A kereskedelmi miniszter a miniszterelnöknek 1920. október 23.

181 *Nemzetgyűlési Napló*, I. kötet. (1920. április 7., 21. ülés) 327.

182 MOL K 27 Kormányülések 1920. május 20. 3. pont.

183 A papírkérdés. *Szózat*, 1920. május 20.

184 A világnézet szolidaritása. *Szózat*, 1920. május 29.

185 Nemzeti újjászületés és sajtó. *Magyar Helikon*, 1920. augusztus.

186 *Nemzetgyűlési Napló*, VI. kötet. (1920. október 24., 114. ülés) 62.

187 Az ébredő magyarok elnöki konferenciája. *Szózat*, 1920. március 3.

188 MOL K 26 1277 cs. V. t. 8774. sz. Kimutatás a sajtó forradalmi szerepe miatti felelősségre vonásáról szóló felterjesztésekről.

189 Mit követel a magyar nemzet? Az Ébredő Magyarok Egyesülete kiáltványa. *Kalocsai Néplap*, 1920. szeptember 25.

190 *Fővárosi Közlöny*, 1921. február 18.

191 MOL K 429 Kozma iratok. Adatgyűjtemény 1916–1925. Sajtóakció.

192 Megmozdul az ország a destruktív sajtó ellen. *Nemzeti Újság*, 1921. február 23.

193 Számonkérés. *Nemzeti Újság*, 1921. március 13.

194 Dr. Koncz János: Vádat emelünk. *Szózat*, 1921. március 15.

195 Újságírók a sajtószabadságért. *Az Est*, 1921. február 16.

196 Kik rendezik a vasárnapi népgyűlést? *Az Est*, 1921. március 12.

197 Előfizetőket toborzó gyűlés a Vigadóban és a Petőfi téren. *Az Est*, 1921. március 15.

198 MOL K 429 Kozma iratok. Adatgyűjtemény 1916–1925. Bartos András Kozmának Fadd, 1921. március 23.

199 MOL K 26 1241. cs. V. t. 1470. sz. A kormányzói kabinetiroda főnöke a miniszterelnöknek 1921. március 1.

200 MOL K 26 1242. cs. V. t. 5483. sz. A sajtónovella tárgyában tartott értekezlet jegyzőkönyve. 1921. június 20.

201 Uo.

202 Mozgalmas hete lesz a politikának. *Nemzeti Újság*, 1921. július 10.

203 Kenedy Géza: Sajtótanács. *Szózat*, 1921. július 2.

204 Zsilinszky Endre: A sajtónovella. *Szózat*, 1921. június 24.

205 Ankéten módosítják a sajtótörvényt. *Nemzeti Újság*, 1921. július 1.; Túri Béla: Egyéni felelősség. *Nemzeti Újság*, 1921. július 2.

206 Országos Széchényi Könyvtár Levelestár. Ismeretlen Tápay-Szabó Lászlónak. A fővárosi pletykák szerint 1921 végén a Szózat és a Nép című „keresztény-nemzeti” orgánum is csődközelben volt.

207 Dömök Lajos: Az Est-konszern bevonult Bangha páter lapjaiba. *Bécsi Magyar Újság*, 1921. október 15.

208 Az ököl meg a kisujj. *Nemzeti Újság*, 1921. június 8.

209 Bernolák miniszter visszaveri a rendszer elleni liberális orvtámadásokat. *Új Lap*, 1921. augusztus 14.

210 Megkapták a választ. *Új Lap*, 1921. május 8.

211 Ébredők Förster főszolgabíró mellett. *Új Lap*, 1922. február 16.

212 Hindy Zoltán: Nyílt levél Vass Józsefhez és Huszár Károlyhoz. *Új Lap*, 1921. augusztus 6.

213 *Nemzetgyűlési Napló*, III. kötet. (1922. augusztus 1., 34. ülés) 169.

214 A minisztertanács az izgató sajtó ellen. *Új Nemzedék*, 1922. október 8.

215 MOL K 26 1278. cs. V. t. 9867. sz. Budapest közigazgatási bizottsága a miniszterelnöknek 1922. október 9.

216 MOL K 26 1301. cs. V. t. 504. sz. A destruktív sajtó elleni feliratok.

217 MOL K 26 1272. cs. V t. 7874. sz.

218 K. G.: Sok az újság. *Szózat*, 1922. július 30.

219 *Nemzetgyűlési Napló*, XLII. kötet. (1926. május 4., 543. ülés.) 274.

220 Az Ébredő Magyarok Kádár Lehel és Lendvay István mellett. *Szózat*, 1922. március 24.

221 A Pázmány Egyesület megtámadott alelnökéért. *Nemzeti Újság*. IV. 67. 1922. március 22.

222 Dr. Kállay Miklós: Hogyan és hol élnek a budapesti újságírók? *Amerikai Magyar Népszava*, 1921. december 25.

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

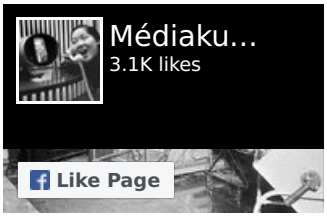
Partnereink

Magyar Kommunikációtudományi Társaság

Sajtószabadság Központ (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

Eastbound - Culture, Society, Media

Infokommunikáció és jog



© Médiakutató Alapítvány 2000–2017. Impresszum Szerzőinkhez

Médiakutató 2010 nyár

Történelem

Turbucz Dávid:

Vezérkultusz és nyilvánosság

Horthy Miklós „országlásának” húszéves jubileuma (1939–1940)

A Horthy Miklós két világháború közötti kultuszának egyik meghatározó évfordulóját vizsgáló tanulmány célja bemutatni e jubileum fontosabb jellemzőit. Elemzi a Horthyról kialakított vezérkép rétegeit, elemeit, illetőleg a tömegkommunikációs eszközök szerepét az évforduló lebonyolításában, továbbá a Horthy-kép ápolásában.

A Horthy-kultusz a két világháború között mindvégig kitüntetett szerepet játszott a szimbolikus politikában, noha a Horthy Miklós személye köré felépített vezérkultusz jelentősége változáson ment keresztül. A korszak kezdetén elsősorban a radikális jobboldal identitásának a részét képezte (Turbucz, 2009a), majd az 1920-as években a kormányzó a konszolidálódott magyar állam megtestesítőjévé vált (Turbucz, 2009b). Az 1930-as évek második felében már kifejezetten szimbolikus rendszerstabilizátorként (is) funkcionált a konszolidált stílusú, hagyományos uralkodói reprezentációra épülő vezérkultusz, amely jelentős mértékben ennek is köszönhetően ezekben az években tetőzött. Az egyre szélesebb körben terjedő szélsőséges jobboldali eszmékkel szemben – a politikai rendszerben emiatt végbement változásokon túl – meghatározó ellensúlyozó szerepet töltött be, de ennek ellenére nem vette át a német és az olasz típusú vezérkultuszok jellegét, külsőségeit (Dömötörfi, 1990; Olasz, 2007: 67–74; Szabó, 1984: 494–497).[1]

A Horthy-kultusz számos technikán keresztül töltötte be rendszerstabilizációs funkcióját. Az 1930-as évek második felében a kormányzó közszereplései, vidéki útjai, a revíziós sikereket követő bevonulásai, vagy éppen a kultuszépítés további alkalmai során Horthyt a nemzeti egység és stabilitás „élő jelképeként” mutatták be. Egy korabeli plakát azt hangsúlyozta, hogy „Ő a mi vezérünk”, de e plakáton személyét – egyértelmű utalásként – összekapcsolták a kettős kereszttel és a történelmi Magyarországgal is (Dömötörfi, 1990: 23, 26). A kultuszépítés további technikái (portrék, festmények, szobrok, életrajzok, dalok, fogyasztási cikkek, az oktatott tananyag stb.) is kivétel nélkül azt sugallták, hogy a korábban megfogalmazott nemzeti célok, a vágyott szebb jövő eléréséhez kizárólag Horthy Miklós vezetésére, iránymutatására van szükség (Sakmyster, 2001: 195–197, 357). Miután a „politikai lojalitás alapvetően a nemzeti tematikával folyamatosan megcélzott és megérintett nemzeti identitásban gyökerezett”, a kormányzóhoz való viszonyulás a nemzeti sorskérdésekkel, a magyarság jövőjével kapcsolatos állásfoglalásként értelmeződött a kor diszkurzív valóságában (Szabó, 2009: 85). A kultuszépítésben a fentieken túl a tömegkommunikáció játszott még különösen is meghatározó szerepet, miután közvetlen, személyes tapasztalatok hiányában, vagy ezek korlátozottsága miatt, elsősorban a tömegesen közvetített információk befolyásolták a kormányzóról alkotott képet. Hiszen a média hatásos eszköze annak, hogy „közösséggé integrálja a társadalom tagjait”, megerősítse az egyének kötődését a fennálló politikai hatalomhoz, annak vizsgálatunk esetében nemzetinek nevezett értékrendszeréhez (Császi, 2002: 14, 60–70). Az állami, kormányzati propaganda így a Horthy-kultusz hatékonyságának politikai vetülete volt, miután a rendszert érő különféle kihívásokra – többek között – identitáspolitikai válaszokat (is) kellett adni (Hámori, 1997: 353, 369; Ablonczy, 2005: 480–484). A kulcskérdés ezzel kapcsolatban az, hogy a Horthy-kultusz értéktartalmának közvetítése során a média a magyar társadalom mekkora részét, s milyen csatornákon keresztül tudta elérni.

A huszadik jubileum és a média

Tanulmányomban az 1939 november közepe és 1940 március eleje közötti időszaknak a Horthy Miklós személyéhez kötődő évfordulóit, budapesti bevonulásának és a kormányzóvá választásának huszadik jubileumát, illetve névnapjának ünneplését kívánom bemutatni. Az alábbi fejezetben a média szerepét és a tömegkommunikációs eszközök által közvetített vezérkép rétegeit, azon belül egyes elemeit, sajátosságait elemzem. A vezérképnek, mint a 2–4. táblázatok jelzik, nyolc rétegét különböztettem meg. Alaprétege az első világháborús helytállása, amely a további rétegek szimbólumait is meghatározta. A kormányzót a propaganda a magyar nemzet iránymutatójaként, kormányosaként állította be, ráadásul a korszak diskurzusa szerint a nemzet és a kormányzó között rendkívül szoros kötelékek léteztek. A kultikus nyelvezet, Horthy szerepét hangsúlyozandó, sajátos időfogalmat alkalmazott, de az isteni legitimáció eszközét sem vetette el. Kiemelték a kormányzó történelmi tetteit, Horthy jelentőségének

kidomborítása érdekében történelmi párhuzamokat alkalmaztak, végül olyan jelzős szókapcsolatokat, amelyek hatásosan támasztották alá, egészítették ki a fentieket.

A felesleges, zavaró ismétlések elkerülése érdekében ebben a fejezetben a vizsgált időszakot egységesen kezelem. Ezután sorra veszem a megnevezett évfordulókat, áttekintő jelleggel bemutatom a fontosabb rendezvényeiket, főbb jellemzőiket. A tanulmányban Horthy „országlásának” huszadik évfordulója alatt az 1939 ősze és 1940 tavasza közötti időszakot értem.

A vizsgált időszakban a tömegkommunikációs eszközök közül a rádiónak, a filmhíradónak és különösen is a sajtónak volt meghatározó szerepe a közvélemény formálásában. Horthy Miklós „országlásának” huszadik jubileuma elemzéséhez a korabeli filmhíradókon, a rádió híranyagán és műsorain kívül tíz, eltérő politikai orientációjú napilapot és a Pesti Hírlap képes mellékletét, a Képes Vasárnapot használtam fel. A kiválasztott napilapok közé a Magyar Nemzetiszocialista Mozgalom lapja, a Magyarság; a Milotay István által szerkesztett imrédysta Új Magyarság; a Központi Sajtóvállalat két lapja, a római katolikus klérus szócsövének tekinthető Új Nemzedék és a Nemzeti Újság; a kormányzathoz közel álló Magyarország, a Bethlen István nevével fémjelezhető 8 Órai Újság; a polgári liberális Pesti Hírlap, a Rassay Károly főszerkesztésével megjelenő liberális Esti Kurír, a magát szabadelvűnek nevező Újság, s a szociáldemokrata Népszava került (a napilapok politikai orientációjához lásd Joó, 2007: 287–293).

A vizsgált időszakban megjelent cikkek megoszlását az 1. táblázat mutatja. A cikkeket két kategóriába soroltam. A közvetlen kultuszépítés céljait az egyes napilapok kormányzóról írt vezércikkei, méltatásai, életrajzi összefoglalói, az elmúlt húsz évről adott visszatekintései szolgálták. Ezen cikkek száma 45, ami értelemszerűen kevesebb, mint azon írásoké, amelyek a vizsgált évfordulók rendezvényeiről, a kormányzó névnapjáról előzetesen, majd utólagosan, hosszabb, illetőleg rövidebb terjedelemben, az elhangzott beszédeket, köszöntéseket idézve tájékoztatták az olvasóikat. A közvetett kultuszépítés kategóriájába sorolt cikkek száma 437. Megjegyzendő, hogy e cikkek összefoglalói is gyakran tartalmaztak néhány soros méltatást. Látható, hogy a Népszava 1939-ben kizárólag a tájékoztatási feladatának tett eleget, és ezt is visszafogottabban, viszonylag rövid terjedelemben, anélkül, hogy közvetítette volna a Horthy-kép főbb elemeit. Ezen a téren 1940-ben volt változás, amikor a vezérkép elemeinek túlnyomó része megjelent a lapban (2–4. táblázat). A Népszava, az Új Nemzedék, a 8 Órai Újság és az Esti Kurír mindegyik évforduló esetében, a Magyarság a budapesti bevonulás jubileuma, a Pesti Hírlap a kormányzó névnapja esetében az 1. táblázat adatai alapján kiszámított átlagnál kevesebb, és általában rövid terjedelmű cikket közölt a vizsgált jubileumok rendezvényeiről.[2] A többi napilapról elmondható, hogy alaposan, részletesen, viszonylag bő terjedelemben informálták olvasóikat. Jelentősnek tekinthető tartalmi, hangsúlybeli eltérés a napilapok között – a cikkek mennyiségén túl – nem mutatható ki, azt leszámítva, hogy a szélsőjobboldali lapok a külföldi sajtószemléikben elsősorban a német és az olasz sajtóra fókuszáltak, illetve Horthy diplomáciai sikerei között elsősorban a tengelyhatalmakhoz való viszony „történelmi” jelentőségét hangsúlyozták.[3]

A vezérképnek (a táblázatokban rögzített) rétegei, továbbá az e rétegeket alkotó elemek az egyes napilapokban eltérő, változó arányban jelentek meg.[4] Az ezzel kapcsolatban levonható érdemi következtetésekre a későbbiekben még utalok. Amit itt fontos megemlíteni, hogy – mint a 2–4. táblázatok is mutatják – a vezérkép egyes elemei milyen gyakorisággal fordultak elő a napisajtó cikkeiben (ezen táblázatok elkészítésekor nem tettem különbséget a két fenti típusba sorolt cikkek között), a vizsgált évfordulóknak megfelelő bontásban. Ez az érték természetesen összefügg a megjelent cikkek számával, de azzal is, hogy milyen terjedelemben idézték a lapok az ünnepi beszédeket, vagy éppen a külföldi sajtó cikkeit. Általában elmondható, hogy azon napilapokban, amelyek viszonylag kevés cikket jelentettek meg (Új Nemzedék, 8 Órai Újság, Esti Kurír, Népszava), a vezérkép egyes elemeinek többsége átlag alatt fordult elő. A többi napilap esetében mindez kevesebb esetben mondható el. A cikkek száma és a vezérkép egyes elemeinek előfordulása között tehát kimutatható összefüggés, igaz, ezt kizárólagosnak nem nevezhetjük. Többek között azért, mert a Pesti Hírlapban 1939 decemberében, a cikkek alacsony száma ellenére a vezérkép elemeinek előfordulása nagyrészt átlag feletti volt. Azokban a lapokban, amelyekben az 1. táblázat alapján számítva a cikkek száma az átlagnál magasabb volt, a kultusz elemeinek többsége általában a 2–4. táblázatokban jelzett átlag körül vagy afelett szerepelt. Ez alól jelentősebb kivétel volt a Magyarság 1939 decemberében és 1940 február–márciusában. Az utóbbi időszakkal kapcsolatban azonban az Újságról is elmondható ugyanez.

A Horthy-kultusz által kialakított vezérkép, mint jeleztem, a két világháború között mindvégig számos rétegből épült fel. Ezek közül kitüntetett jelentőséggel jelentek meg a megelőző húsz év során elért eredmények, amelyeket a kormányzó „bölcs” és „megfontolt” „országlása” sikereiként mutattak be. Közöttük elsőként a fővezéri tevékenysége említhető, amely során a kultusz interpretációja szerint megmentette, talpra állította a nemzetet. Az 1919-es „nemzetmentés” kifejezésére szolgált a szimbolikus kezdet motívuma, amely szerint Horthynak köszönhetően a nemzet életében – a „romokból”, a „káoszból”, „a komor és végzetes mélységekből”, tehát a lehető legnegatívabban ábrázolt közelmúltból és annak következményeiből történő „feltámadás”, „szabadulás” eredményeképpen – egy minden tekintetben megújult korszak vette kezdetét.[5] Az 2. és az 5. táblázatból látható, hogy a bevonulás évfordulóján a lapok többsége a „nemzetmentés” és a kultusz időfogalmát alkotó szimbolikus kezdet motívumára helyezte a hangsúlyt (a kultusz ezen elemei így össze is kapcsolhatók), az arányaiban szintén jelentős „országépítés” mellett. A szimbolikus újrakezdésre és természetesen a „keresztény” és „nemzeti” értékrendet követő vezérre, továbbá a vezér hitére, akaratára és „szuggesztív” egyéniségére volt a magyarságnak szüksége ahhoz – olvashatjuk számtalanszor –, hogy kikerüljön a háborút követő állapotából, így többek között elérje az ország területi integritásának részleges helyreállítását.[6] Nem véletlenül vonult be tehát Horthy, az „otrantói hős” 1919-ben Budapestre, majd 1938 után a visszacsatolt városokba „az ősi mondák fehér lován”.[7] Ezáltal ugyanis az Árpád vezérrel megvont szimbolikus párhuzamot érzékeltethették, erősíthették a Horthy-kultusz építői, kifejezve egyúttal, hogy Horthy Miklós vezetésével 1919 óta „honfoglalás”, az elcsatolt területek

visszahódítása zajlik.[8] A „nemzetmentés” és az „országgyarapítás” mellett azonban Horthy történelmi érdemei között találjuk még az ország újjáépítését; emiatt vonhattak párhuzamot Horthy, illetve Szent István és IV. Béla között, továbbá az ország katonai erejének megszervezését és – külföldi útjai során – nemzetközi tekintélyének helyreállítását is.[9] A táblázatok adatai alapján látható, hogy a történelmi párhuzamok 1939–1940-ben nem jutottak olyan hangsúlyos szerephez, aminek az lehet az oka, hogy a kultusz korai időszakában ezek alkalmazására legitimációs okokból igen nagy szükség volt, míg húsz év elteltével ezt a fajta legitimációs funkciót a kormányzónak tulajdonított tettek, eredmények töltötték be, amelyeket természetesen mindhárom évforduló során hangsúlyoztak (lásd 2–4., illetve 5–7. táblázatok). Megállapítható tehát, hogy a megjelent cikkek szerint Horthy húszéves kormányzása során az első világháború után elszenvedett nemzeti sérelmeket részlegesen orvosolták, az ország visszaszerezte elveszített nemzetközi tekintélyét, de a politikai, a gazdasági és a kulturális életet is újjászervezték. Horthy Miklós tehát *„egy új magyar világnak vetette meg az alapját”*.[10] A kultusz – jellegéből fakadóan – a korszak kétségtelen eredményeit tehát rendkívül leegyszerűsítve értékelte, azt állítva, hogy kizárólag a kormányzón, az általa biztosított politikai feltételeken, körülményeken múlt mindennek a megvalósítása.[11] Ebből logikusan következett az a megállapítás, hogy ha ez így volt a múltban, nem lehet másképpen a jövőben sem, azaz továbbra is a kormányzó jelenti a magyar nemzet számára az egyetlen igazodási pontot a „feltámadáshoz” vezető úton, mert „vezérletében […] soha egy pillanatig sem csalatkoztunk”.[12] Ezt sugallta az évfordulón sugárzott filmhíradó is, amely pár perces áttekintést adott a húsz év eredményeiről. Ennek zárásakor, miközben Horthy kassai bevonulásának egyik részlete látható, a narrátor – hangsúlyozva a filmkockákon látható üzenetet – azt állította, hogy „az egész nemzet hálával és bizalommal követi a legelső embert a feltámadás útján”.[13]

A Horthy-kép további szimbólumai, toposzai is hozzájárultak a kultusz legitimációs, illetve identitásképző funkciójának betöltéséhez. A vezérkép alaprétege az első világháborús „Novara hőse” története volt. Az erre épülő elemekkel együtt a Horthy-képet meghatározta az a képzet, hogy a kormányzó a viharos tengeren, a sziklák és örvények ellenére, húsz éve – a magyarok Istene akaratából – erőskezű, tévedhetetlen, határozott és megfontolt kormányosként irányítja a nemzet hajóját a biztonságos kikötő, a szebb jövő, a „legszentebb magyar reménységek” beteljesülésének az irányába. Mindez azt jelentette, hogy Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat. A viharos tenger 1939–1940-ben elsősorban a nemzetközi viszonyokat jelképezte, de egyértelmű utalás volt azokra az állapotokra is, amelyekből a kultusz beállítása szerint Horthy kivezette az országot, amely így már a „rend”, a „boldogság” és a „nyugalom” szigete lehet, még a háborús Európában, a „világégés” idejében is.[14] A magyarok Istene motívum azért volt különösen is meghatározó, mert ezzel a nemzetivé tett Isten és a magyar nép közötti „különleges viszony”, a magyarság kiválasztottsága volt kifejezhető. Horthy Miklóst ugyanis a „nemzetiesített” Isten küldöttének tekintették, akit a „mi” Istenünk – gondviselése jeléül – a „történelem legválságosabb esztendeiben” küldött el „számunkra”. Mindez a kormányzó tevékenységének isteni legitimációját is szolgálta.[15]

A magyar nemzet azonban nemcsak emiatt érezhette magát különös biztonságban. A kultusz paternalista vonásaként Horthyt ugyanis a magyar nemzet atyjának, „az első magyar embernek”, a nemzet védelmezőjének, oltalmazójának állította be a propaganda.[16] Azt a Horthy Miklóst, akit a nemzet erényeinek, főbb tulajdonságainak, illetve a „nemzet egyetemességének” megtestesítőjének tekintettek.[17] Egy olyan képet teremtettek meg ezzel, amely szerint ő minden egyéni vagy pártérdek felett áll, kiegyensúlyozó szerepet tölt be a magyar állam és alkotmányosság életében, azaz kizárólag a nemzet érdekeit tartja a szeme előtt.[18] Nyilvánvalóan a magyar nemzet „szerető és bölcs” „atyjaként” csakis ilyen tulajdonságokkal ruházhatta fel őt a propaganda. A szimbolikus politikában – ennek következményeként – ez a vezér és az általa vezetett nemzet egységét, összhangját, „bensőséges” kapcsolatát is kifejezte, így a kormányzó és a magyar nemzet viszonya a vezérkép egyik önálló, több további elemre felosztható rétegét jelenti.[19] Mindezt a népmesékben, mondákban feltűnő Hunyadi Mátyás alakjával megvont párhuzammal is érzékeltették, erősítették, igaz, nem túl gyakran. Eszerint „[…] Mátyás óta nem talált még úgy egymásra az ország vezére és a nemzet, mint amióta […] *Horthy Miklós* székel a budai Várban”.[20] Ehhez kapcsolódóan idézhető a *Pesti Hírlap* is:

> „Ha [a kormányzó – T. D.] akar valamit, azt a nemzet is akarja. Ha a nemzet akar valamit, azt ő is akarja. Íme: nehéz időkben csodálatos összhangja a nemzet sorsát irányító legfőbb tényezőknek: a nemzeti akaratnak és a kormányzói akaratnak.”[21]

Ez az érvelés természetesen hangsúlyozta, hogy így egy „osztatlan nemzet”, de legalábbis a „tisztességes” és – a rádió jubileumi híradása szerint – „igaz” magyarok közössége sorakozik fel a kormányzó, rajta keresztül pedig a fennálló politikai, társadalmi berendezkedés mögött, akit/amit feltétel nélkül követnek is a kijelölt úton. A kultusz érvrendszere ezt azzal is igazolta, hogy az „egész magyarság” ünnepli a kormányzót „országlásának” huszadik évfordulóján, mert „az újjáépítő személyét” kizárólag a „szeretet és a hála”, „a ragaszkodás és az odaadás” övezi.[22] A kormányzóválasztás évfordulóján a napilapok egyértelműen ezt a tényt húzták alá, ahogyan ezt a 7. táblázat is jelzi: mindegyik lap esetében a vezérképnek ezen eleme szerepelt a legtöbbször.

A Horthy-kultusz fontos eleme volt a nemzet „első” családjáról, illetve annak tagjairól kialakított idealizált kép, amelynek elsősorban mintaalkotó funkciója volt, hangsúlyozva a kötelességteljesítés, a felelősségérzés és a szociális érzékenység fontosságát. A kormányzó felesége, a „magyar asszony”, a „magyar hitves” elsősorban a nyomorenyhítő akcióival, a művészetek támogatásával került előtérbe. A Képes Vasárnap szerint Horthy azért válhatott nemzetének „igazi atyjává”, mert

> „országlása gondjait híven megosztja a hitves, jótevő kezével ínségesek, szorongatottak könnyeit törölve le és az ország életében is elhintve a jóság és a szépség napsugarát”.[23]

Az elégikus hangvételű értékelésnek az volt az üzenete, hogy a családon belül és a nemzet életében hasonló munkamegosztás működik: egymás támogatásával mindenki képes lehet betölteni a maga feladatát, ellátni a kötelességét, szolgálni a nemzetét. A kormányzó fiait, különösen is Istvánt, a magyar sport büszkeségeként, a nemzetet szolgáló „kötelességtudó" fiatalemberként ismerhette meg a közvélemény. Ebben az időszakban már „A médiában a kormányzói család életének alakulása [ahogyan ez Horthy önálló kultuszánál is látható – T. D.] mindinkább szétválaszthatatlanul összekapcsolódott az ország helyzetéről felrajzolt képpel". A mintaalkotáson túl a családkultusz funkciója az volt, hogy egyfajta „pozitív jövőképet" sugalljon (Olasz, 2007: 74, 425–429).

A Képes Vasárnap jubileumi száma fényképekkel gazdagon illusztrálva jelent meg: megtalálhatók voltak a magánéleti, családi képeken túl a reprezentáló, vadászó és sportoló kormányzót ábrázoló portrék is. E képsorok felidézték az elmúlt húsz év eseményeit: a budapesti bevonulást, a kormányzóválasztást, a vitézavatásokat, a külföldi útjait és a revíziós sikereket is. A napilapok méltatásaikhoz is gyakran csatoltak Horthy-portrét, amelyek vizuálisan fejezték ki a kultusz alapvető üzeneteit. Az általában egész alakos portrék, időnként festmények reprezentatív beállításokat követtek: Horthy Miklós kitüntetéseit, díszegyenruháját és kardját viselte – hangsúlyozva ezzel a katonai imázst, háborús érdemeit –, miközben magabiztosan, határozottan tekint a jövőbe, amely felé a propaganda szerint vezeti a magyar nemzetet (Dömötörfi, 1990: 25–26).[24]

A Horthy-kép egyes rétegeit, annak ellenére, hogy külön-külön is betöltötték szimbolikus funkciójukat, együttesen alkalmazták a kultusz építői a napilapok hasábjain, a rádió híradásaiban, a filmhíradókban, és természetesen – mint látni fogjuk – a jubileumi rendezvényeken is. Ezzel létrehoztak egy olyan „valóságot", amely rendszerstabilizációs okokból *a kormányzó személyén keresztül a fennálló rendszer legitimációját*, illetőleg egyfajta integráló funkciót betöltve *a rendszerrel való azonosulást volt hivatott erősíteni*. Az így konstruált „valóságban" viszont mindenki, aki a kormányzó fentebb ismertetett teljesítményét nyilvánosan elvitatta, a róla kialakított képet részben vagy egészben kétségbe vonta, egy diszkurzív eljárás során – a nemzeti célok, érdekek megtagadásának vádjával – könnyen a Horthy által vezetett politikai közösség („mi"), azaz a magyar nemzet csoporthatárain kívülre kerülhetett (Szabó,

2003: 142–148, 154–155, 216–226; Szabó, 2006: 15–23). A fentiekben ismertetett vezérkép egyes elemeinél nem másról volt szó tehát, mint a „mi" és az „ők" diszkurzív elkülönítéséről.[25]

Horthy Miklós budapesti bevonulásának évfordulója

A magyar társadalom hódolatát az évforduló során a székesfőváros, a képviselőház, illetve Teleki Pál miniszterelnök fejezte ki. Ennek köszönhetően elsősorban magasabb szintű hódolati aktusokra korlátozódott a „külső formáit tekintve arisztokratikusan diszkrét" jubileum, miután ezen az évfordulón „Magyarország kormányzója minden külső ünneplést elhárított magától" – írta a Magyarország (Szabó, 1984: 499).[26]

A székesfőváros közigazgatási bizottsága a november 13-ai ülésén ünnepelte az „országgyarapító" kormányzót „diadalmas" bevonulásának évfordulója alkalmából. Karafiáth Jenő főpolgármester beszédében visszaemlékezett a háborút és a forradalmakat követő időszakra, amikor a „kifosztott és meggyötört főváros fogadta […] a nemzet megmentőjét".[27] Napokkal később a törvényhatósági bizottság nevében a főpolgármester „hódoló feliratban" fejezte ki Budapest hódolatát és ragaszkodását.[28] November 16-án az országgyűlés képviselőháza ülésén Tasnádi Nagy András házelnök ünnepi beszédében, amelyet eltérő terjedelemben a napilapok másnap idéztek, hangsúlyozta, hogy a Mohácshoz és Világoshoz hasonlított 1918/1919-es „katasztrófát" követően a magyarság a „Mindenható különös kegyelmének" köszönhetően talált rá a vezérére. Arra a vezérre, aki mindenekelőtt az elszenvedett tragédia után képes volt visszaadni a nemzetnek az elveszített önbizalmát, a jövőjébe vetett hitét, illetőleg az így „magabiztossá" tett nemzetet vezetve újjáépítette, majd területileg gyarapította az országot.[29] A nemzet egészének, a polgári és a katonai hatóságoknak a hódolatát, magánkihallgatás keretében személyesen Teleki Pál miniszterelnök tolmácsolta a kormányzónak.[30] A jubileum során, amely elsősorban a „szegediek" ünnepének számított, természetesen a Nemzeti Hadsereg volt tisztikara is ünnepelt. Egy ünnepi vacsora keretében emlékeztek a húsz évvel azelőtt történtekre.[31] A vidéki megemlékezésekre vármegyei, városi, illetőleg községi szinten egyaránt sor került.[32]

A rádió több nyelven sugárzott hírei között az évforduló kitüntetett helyen szerepelt, de a sajtóhoz hasonló részletes tájékoztatásra nem került sor.[33] A Magyar Világhíradó az 1919-es filmhíradóból vett rövid részletekkel emlékezett meg az évfordulóról, így a mozilátogatók újra átélhették a nemzet „újjászületésének" a film által közel hozott eseményeit. A sugárzott részletek, a narrátor értékelése és az érzelmekre ható zenei aláfestés együttesen járultak hozzá a húsz évvel korábban történtek kultikus értelmezésének erősítéséhez, amelyhez – legalábbis mennyiségi szempontból – nyilvánvalóan a sajtó járult hozzá hatásosabban.[34]

A Horthy-album

1939 őszén Singer és Wolfner kiadásában, a bevonulás huszadik évfordulójára jelent meg egy reprezentatív, több szerző által írt kötet, amely 14 pengőért volt megvásárolható. A bevezetést Herczeg Ferenc írta, s feltételezhetően ő volt a szerkesztő, bár ezt nem tüntették fel. Lukinich Imre dolgozta fel az előző húsz év történetét, de foglalkoztak a Horthy családdal (Ákosfalvi Szilágyi László), a kormányzó diákéveivel (Harsányi Zsolt), a tengerészi (Konek Emil), majd a szárnysegédi időszakkal (Scholtz Andor) is. Külön fejezetet kapott a fővezéri tevékenysége, amelyről Suhay Imre adott összegzést. A kormányzó politikus portréját Kornis Gyula vázolta fel. Néhány oldalas terjedelemben olvashatunk a kormányzónéról (Zichy Ráfaelné), a kormányzó mindennapjairól (Harsányi Zsolt), a művészetet pártoló tevékenységéről (Gulácsy Irén), de Horthyról mint „vadászról" (Csathó Kálmán) és a „kenderesi

gazdáról” (Kállay Miklós) is (A kötetről lásd Olasz, 2007: 70; Romsics, 2007: 16–17; Szabó, 1984: 497–501).[35]

A kötetet hirdetések közreadásával mindegyik napilap reklámozta. A 8 Órai Újság, az Esti Kurír, a Magyarország, a Nemzeti Újság, a Pesti Hírlap és az Új Magyarság külön cikket is közölt a kötetről. Ezen írások rövid tartalmi áttekintést adtak a „pompás”, „díszes”, „nemes és méltó” formájú könyvről, és szakember szerzői „tudományos objektivitással […] írták meg” az adott fejezetet, ahogyan „a jövő történetírói meg fogják írni”.[36] A kötet fontos eszköze kívánt lenni a jövőbeli generációk nevelésének – írta a Pesti Hírlap –, miután ennek lapjairól megismerhető a kormányzó által megtestesített és „követendő” nemzeti eszmény. Horthy életéből, illetve a megelőző húsz esztendőből ugyanis példaadást, kötelességteljesítést, fegyelmet és a haza szeretetét lehet megtanulni.[37] S természetesen azt is, hogy miként lehetünk tisztességes magyarok, mert *„a magyar nép, ha* [a magyar nemzet minden erényével rendelkező – T. D.] *Horthy Miklóst látja, mintegy aranytükörben látja önmagát”*.[38] Az albumban természetesen megtalálhatóak voltak az ismertetett vezérkép főbb elemei, amelyeket a 8. táblázat foglal össze. A kötet egyik fő üzenete az volt,[39] hogy Horthy Miklós – Herczeg Ferencnek a napilapokban többször idézett bevezetése szerint – a Gondviselésnek köszönhetően

> „ma az a központi erő, mely egyensúlyban tartja a magyar életet. A gyémánttengely, amely körül az ezeréves gépezet forog. A torzsalkodó osztályokat és pártokat az ő tekintélye fűzi nemzeti egységbe. A dolgozó polgár benne látja a rend és biztonság legfőbb őrét. A patrióták tőle remélik a nemzeti vágyak kielégítését. A hadsereg minden tagja az ő személyéhez ragaszkodik mindhalálig. Benne a hitetlenek is kénytelenek hinni, az állhatatlanok is kénytelenek megállapodni. Nélküle a magyar tömegek sem a jelent, sem a jövőt nem tudják elképzelni.”[40]

E mondatokkal a korszak konzervatív írófejedelme, illetve a szintén hasonló képeket használó Kornis Gyula azt érzékeltette (sz. n., 1939: 180), hogy az ország vezetésében kizárólag a kormányzó „jelenti a biztos megoldást”, miután a nemzet csakis vele töltheti be „történelmi hivatását” (Olasz, 2007: 70). Azt is leszögezte azonban, hogy a kormányzó olyan „erőtartalékokat talált a magyarságban”, amelyeket a Habsburgok nem. A „nemzeti dinasztia” motívumára a Hunyadi–Horthy-párhuzam alkalmazásával Gulácsy Irén is célzott a művészetpártoló, Corvinákat gyűjtő kormányzót bemutató írásában. De ezt tette Kállay Miklós is, aki szerint Horthy, az

> *„ország ura* […] *falusi házában együtt ebédel a község bírájával: ez az a kép, amely hiányzott történelmünkből, de amelyre vágyott ez a nép. Vágyakozása Mátyás király köré szőtt ilyen legendát és most boldog, mert a legenda* [Horthyval – T. D.] *megvalósult*” (*Horthy*, 1939: 10, 224, 235; Szabó, 1984: 498–499).

A kormányzó névnapja

Horthy Miklós névnapját az 1920-as évek közepétől a nemzet olyan családias, bensőséges ünnepeként ábrázolták, amikor a magyarság hódolattal fordul a „nemzet atyjának” tekintett kormányzóhoz, hogy kifejezze az iránta érzett „háláját”, „ragaszkodását” és „szeretetét”.[41] A 3. és a 6. táblázatból látható, hogy a napilapok a vezérképnek ezt az elemét hangsúlyozták.

A névnap előestéjén a Nemzeti Színházban, december 6-án az Operában a kormányzó és felesége részvételével tartottak díszelőadást, ezt élőben közvetítette a rádió. A rádióban ezen túl katonadalokat is sugároztak.[42] A honvédség számára az egyes felekezetek templomaiban országszerte ünnepi istentiszteleteket tartottak. Hász István tábori püspök – hogy csak egy példát említsek – a Kapisztrán téri templomban, a honvédelmi miniszter, a vezérkar főnöke, a tábornoki kar és a kormány képviselői jelenlétében arról beszélt, hogy Horthy Miklós *„ködös és viharos időben szirtek és zátonyok között biztosan vezeti a magyar nemzet hajóját”*.[43] A névnapi ünneplés részeként a tábornoki kar – már hagyományosnak tekinthető – díszebédjére is sor került a Tiszti Kaszinóban, de az egyes helyőrségek is díszebéd keretében tisztelegtek a Legfelsőbb Hadúr előtt névnapja alkalmából. A Vitézi Szék a Gellért szállóban ünnepelte a jeles napot, de e központi rendezvényen kívül vidéki szervezetei is kifejezték hódolatukat.[44]

A kormányzót ábrázoló festményeket, szobrokat a megrendelők általában a kormányzó személyéhez kötődő ünnepek valamelyikén avatták fel (Dömötörfi, 1990: 25–26). Így tett ebben az évben a főváros is: Zala György szobrászművész alkotását ekkor leplezték le az Új Városházán. Karafiáth Jenő érzelmekkel telítve előadott, katonás stílusú ünnepi szónoklata szerint a főváros vezetősége azért állította fel a kormányzó szobrát, hogy – megfelelve a kultusz ápolásában betöltött szerepének – *„örök időkre”* emlékeztessen mindenkit *„azokra a legnemesebb magyar erényekre, amelyeket a kormányzó úr ércbe vésett mása testesít meg számunkra”*.[45] A korabeli filmhíradó – nyilván nem véletlenül – a főpolgármester beszédéből ezt a mondatot sugározta, miközben a háttérben a leleplezett szobor volt látható. A mozilátogatók ezen kívül Szendy Károly meglehetősen visszafogott, lelkesítőnek egyáltalán nem nevezhető stílusban felolvasott beszédének részletét is láthatták. Az előadói stílus és a közvetített tartalom közötti koherencia hiánya miatt idézzük az általa mondottakat:

> „A magyar nép ujjongva köszönti vezérét és örül, hogy e napon joga van a legnagyobb nyilvánosság előtt beszámolni érzéseiről, meleg szeretetéről, ragaszkodó tiszteletéről, amelyet a magyarság kormányzója vitéz nagybányai Horthy Miklós iránt érez”.[46]

Kérdés, hogy a hatás szempontjából nem túl szerencsés stílusban előadott beszéd mozgóképen történő megörökítése miért volt szükséges. A napilapok többsége ennél jóval hosszabban idézte a kormányzó „történelmi nagyságát” méltató beszédeket, amelyek oly sok más méltatáshoz hasonlóan kiemelték, hogy az ő megjelenéséhez köthető a magyar nemzet megújulása, mert 1919-ben – a szimbolikus kezdetet kifejezve – „világosságot hozott a

homályba” és „rendet a zűrzavarba”.[47]

A magyar országgyűlés felsőháza december 12-én ünnepélyes ülés keretében, a már megszokott toposzokat ismételve emlékezett meg a bevonulás évfordulójáról, illetve a kormányzó névnapjáról is.[48]

A kormányzóválasztás évfordulója

A kormányzóválasztás huszadik évfordulójára már 1939. november–december folyamán számos ünnepi szónok utalt, így a kormányzó „országlásának” huszadik évfordulója hónapokon keresztül, eltérő intenzitással és formában, de napirenden volt. Novemberben nyílt meg például az a kiállítás, amely az évforduló előtt volt hivatott tisztelegni. A 619 kiállított műből három ábrázolta Horthyt: egy festmény, egy mellszobor és egy dombormű.[49]

A jubileumi rendezvények alaphangját a kormányzónak a napilapokban február 20-án megjelent kézzel írt és Teleki Pál magyarázatával kiegészített levele adta meg. Ebben Horthy a miniszterelnöktől, illetve rajta keresztül a magyar társadalomtól a következőt kérte:

> „Miután valószínűnek tartom, hogy lesznek, akik erről a napról [mármint a kormányzóválasztás napjáról – T. D.] meg akarnak emlékezni, nagyon kérem, hogy mindenki mindennemű ünneplléstől eltekinteni szíveskedjék […]. Ma komoly időket élünk, amidőn mindnyájan együtt örülünk és együtt bánkódunk szótlanul is. Most nincs helye az ünneplésnek. Bízom a Gondviselésben, hogy az ünnepeknek is megjön az idejük.”[50]

A kormányzó kérése, gesztusa, azon túl, hogy az adott körülmények között nyilván hozzájárult Horthy népszerűségé-nek növekedéséhez, meghatározó volt a kultusz erősítése, fenntartása szempontjából is (Sakmyster, 2001: 138–139; Püski, 2006: 39–40). Ezáltal a kultusz építői beemelhették érvrendszerükbe, hogy a kormányzó határozott kérése, Teleki szóhasználatában „parancsa” ellenére az egész nemzet ünnepli a kormányzót. A miniszterelnök értelmezése szerint ugyanis a kormányzó azt nem „tiltotta meg”, hogy a „templomainkban és otthonainkban”, illetve „az ünnepünk előestéjén az ország minden városában és falujában […] bensőséges formák között” hódoljanak Horthy Miklós előtt. Így tovább erősödött a kultusz azon üzenete, miszerint a vezér és az általa vezetett nemzet között megszakíthatatlan kötelék, a nemzet részéről törhetetlen ragaszkodás alakult ki a kormányzó személye iránt, amely még a „mindennemű” ünneplés elhárítására vonatkozó kormányzói felhívás ellenére is kifejezésre jut.[51]

A kormányzóválasztás húszéves jubileuma alkalmából törvényt fogadott el a magyar országgyűlés. A miniszterelnök a törvénytervezetet február 27-én terjesztette a képviselőház elé. Február 26-ára a parlamenti pártok képviselői pártközi értekezleten állapodtak meg arról, hogy 1930-hoz hasonlóan a törvényjavaslatot egyhangúlag, ünnepélyes keretek között, vita nélkül fogadják el, másrészt a képviselőház elnökén túl kizárólag csak a törvényjavaslat bizottsági előadója fog felszólalni (Turbucz, 2009b: 194–199). Ezzel azt igyekeztek kifejezni, hogy a nemzet képviselete egységesen sorakozik fel a javaslat mögött. Másnap Teleki beterjesztette a nemzetiszínű kerettel díszített javaslatot és a hozzá fűzött indoklás szövegét a képviselőház elé, kérve annak sürgős tárgyalását és elfogadását.[52] A napilapok a javaslat szövegét aznap közölték is, majd a rádió híradásaihoz hasonlóan ezt követően részletesen tájékoztatták olvasóikat az elfogadásának folyamatáról.[53]

A képviselőház február 28-ai ülésén a képviselőház elnöke és az előadó beszédében is – majd másnap az ezeket közlő napilapokban – fellelhetőek voltak a kormányzóról kialakított és a kultuszépítés különböző eszközei által már húsz éve közvetített vezérkép elemei. Tasnádi Nagy András[54] szerint húsz évvel ezelőtt a nemzetgyűlés *„a magyar fajta minden kiválóságával felruházott vitéz admirálist, a poraiból új életre kelt Nemzeti Hadsereg megteremtőjét és fővezérét, az ország felszabadítóját”* választotta meg az ország kormányzójának, és így az Isten akaratát beteljesítve az ő *„kezébe adta a bizonytalanság örvényei közt hánykolódó magyar hajó kormányrúdját”*. Az „országlása” során

> „nemcsak megállította nemzetünket a pusztulás útján, hanem húsz esztendő kemény munkájával, sok nehéz gondjával, keserves verítékével *új életre indította el és megnyitotta számára az ígéret földjének kapuit*”.

Az ígéret földje a mitikus gondolkodásban a „minden lehetséges jók” világát jelképezi, de a kiválasztottság érzetét is erősítette. A kultusz számos hasonlatát jellemzi a bipoláris gondolkodásmód, amelyben a negatívan, a szenvedéssel, megaláztatással ábrázolt múlt és szebb, igazságosabb jövő képe egyszerre jelenik meg. Tasnádi végül áttekintette – Horthynak tulajdonítva – az elmúlt húsz évben elért eredményeket. Ujfalussy Gábor, a javaslat előadója megállapította, hogy „nincs a nemzetnek egyetlen tagja sem, aki át ne érezné a mai nap nagyságát és komolyságát”. Ezzel összefüggésben beszédének egyik fő üzeneteként Horthy pártok felettiségét, kiegyensúlyozó („az ő bölcs józansága egyenlítette ki a szélsőségeket”), mérséklő, az ország vezetésében betöltött megkerülhetetlen szerepét hangsúlyozta. Szerinte minden magyar számára ő jelenti az egyedüli igazodási pontot, miután Horthy *„kemény, markáns egyénisége az egyetlen szikla,*[55] *amelyre minden egyes magyar ember”* számíthat. Ezen túl hangsúlyozta azt is, hogy „az ő bátor optimizmusa adott hitet az ellankadóknak” a nehéz helyzetekben, azaz reményt, bizakodást, a jövőről alkotott pozitív képet közvetítette a társadalom felé.[56] A közjogi bizottság a javaslatot, amelyet a nemzet „hűségének és hódolatának” kifejezéseként értékelt, az általános vita lezárását követő fél órán belül elfogadta.[57] Másnap délelőtt sor került a javaslat részleteinek megszavazására is.[58]

A felsőház február 29-én szintén ünnepi külsőségek között, sürgősséggel tárgyalta és fogadta el a jubileumi törvényjavaslatot. Gróf Széchényi Bertalan, a felsőház elnöke a hálás nemzetről és a nemzetet *„az örvény széléről a*

haladás és felemelkedés útjára” vezető kormányzóról beszélt. A javaslat előadója Herczeg Ferenc volt. Miután áttekintette az elmúlt húsz év eredményeit, az évforduló során gyakran használt csoportképző, a politikai közösség határait kijelölő technikát alkalmazva kifejezte, hogy „az országban mindenki, aki a magyarság mellett van, *Horthy Miklós mellett áll”*.[59] A „vitéz nagybányai Horthy Miklós Úr húszesztendei országlásának megörökítéséről” szóló 1940. évi II. tc., amely Horthy Miklósnak

> „az állami rend és a társadalmi béke helyreállításával az építő nemzeti munka anyagi és szellemi feltételeinek biztosításával, a nemzet tekintélyének és az ország területének gyarapításával szerzett történeti érdemeit”

iktatta törvénybe, március 1-jén, a kormányzóválasztás huszadik évfordulóján lépett életbe.[60]

A Magyar Hódolat ünnepére, amelyre a miniszterelnök már a kormányzói levél nyilvánosságra hozatalakor utalt, február 29-én délután fél hatkor került sor a Pesti Vigadóban. Ezen a rendezvényen a vezető magyar társadalmi egyesületek és szervezetek képviselői jelentek meg. Részvételükkel – a hivatalos magyarázat szerint – a kormányzó előtt hódoló társadalom összetartását, egységét jelenítették meg. Ezt hangsúlyozta az is, hogy a hivatalos értékelés szerint ezen az ünnepélyen mindenki magánemberként jelenik meg.[61] A díszruhás, magyaros viseletűek között megtaláljuk a magyar kormány, az egyházak és a honvédség magas rangú reprezentánsait, akik a Vigadó nagytermének díszemelvényén foglaltak helyet. Az emelvény mögötti falon számtalan társadalmi egyesület zászlaját helyezték el, ezzel jelezve, hogy *„ezen az ünnepségen lélekben minden magyar jelen van”*.[62] A zászlók között, a fal közepén egy Horthy Miklóst ábrázoló életnagyságú festmény, a Horthy család címere és a Vitézi Rend jelvénye volt látható. Teleki Pál, az Egyesült Keresztény Nemzeti Liga elnökeként tartott beszédet, amelyet a rádió közvetített, de a beszéd vége a filmhíradóban is látható volt. Március 1-jén természetesen lehozták a napilapok is.[63] A rádiós közvetítésnek köszönhetően „egységes és országos ünnepéllyé szélesedik ki a magyar dolgozó társadalomnak ez a szívből jövő ünnepi megnyilatkozása” – írta az egyik napilap az MTI napi tudósításából átvéve.[64] A rádiós közvetítés azonban az ünneplésnek csak az egyik eleme volt. A Pesti Vigadóban rendezett ünnepséggel egy időben, 17 órától ugyanis az ország minden városában és községében a helyi társadalmi szervezetek bevonásával ünnepséget kellett rendezni abból a célból, hogy „a társadalom hálája és hódolata az ország Kormányzójával szemben kifejezésre jusson” – indokolta a főispánoknak írt levelében a fentieket Keresztes-Fischer Ferenc belügyminiszter. Ezen ünnepélyek programját Teleki Pál beszédéhez kellett igazítani. Ennek érdekében

> „Gondoskodni kell tehát arról, hogy a megtartandó ünnepségeken mindenütt rádió, illetőleg megfelelő hangszórók álljanak a beszéd közlése céljából rendelkezésre. Azokban a községekben, ahol rádiókészülékek és hangszóró esetleg egyáltalában nem állítható rendelkezésre, a beszéd nyomtatott szövegét kell felolvasni, amelyet a kellő példányszámban fogok idejében rendelkezésre bocsátani”.

A belügyminiszter, levelének zárásaként kiemelte, hogy a főispán „bölcsességétől és tapintatától” elvárja, hogy „az előbbiekben vázolt terv mindenütt maradéktalanul” megvalósuljon.[65] A miniszterelnök előre megírt beszédét február 26-án küldte meg a főispánoknak magyar, szlovák, német, illetve rutén nyelven. A kormányzat célja ezáltal az volt, hogy a központilag megszervezett hódolati ünnepségen a társadalom minél nagyobb arányban részt vegyen. Mindezeken túl, a beszéd megfelelő nyelvű fordításának biztosításával még az ország etnikai összetételének megváltozására is tekintettel voltak az előkészületek során (Zeidler, 2009: 275, 277).[66]

A Társadalmi Egyesületek Szövetsége, illetőleg a helyi egyesületek által szervezett, koordinált rendezvényeken az ekkor elhangzó ünnepi köszöntések mellett meghallgatták a miniszterelnök beszédét, amelyet – az MTI tájékoztatása szerint – városok, települések központjaiban hangszórókon keresztül is sugároztak az egybegyűlteknek.[67] Az ünnepélyek során több esetben határoztak arról, hogy hódoló feliratot intéznek a kormányzóhoz, megfestetik Horthy Miklós arcképét, de arra is volt példa, hogy ekkor leplezték le a korábban megrendelt festményeket, domborműveket.[68]

A miniszterelnök ünnepi beszéde a kultikus apamodell köré szerveződött. Ezzel – meghatározva beszédének lényegét – a Horthy Miklós által vezetett politikai közösséget, a magyar nemzetet olyan családnak tekintette, amelyben a „haza gyermekei” és a „haza atyja” között szoros kötelék érvényesül. Teleki ezt igazolandó, a következőket mondta:

> „És azt sem tilthatta meg *Kormányzó Urunk*, hogy e nemzet fiai és leányai össze ne jöjjünk, mert vágyunk mind együtt lenni ezen az ünnepen! Együtt is vagyunk, fővárosban, városban, falun és tanyákon és egyazon időben, egyazon szavakkal […] együtt Fordulunk Feléje valamennyien, mind, az egész ország”.

A miniszterelnök ennek okát is megnevezte: Horthy Miklós ugyanis kiérdemelte a magyar nemzet tiszteletét. Kiérdemelte a tetteivel, mert 1919-ben ő mentette meg „az összeomlott nemzetet”, és seregével megindult *„az ország újjáépítésére”*. A következő évben „az egész nemzet nevében a nemzetgyűlés” az ország vezetését is rábízta. Ezzel a bizalommal ő nem élt vissza, sőt ezt csak erősítette, mert „erős” és „magyar” kézzel vezeti és gyarapítja (önérzetében és területileg egyaránt) a nemzetet azon „az egyedül igaz és magyar lelkünk szerint való úton”, amelyre a kormányzóválasztást követően kiadott manifesztumában ígéretet tett. Továbbá a kormányzó a személyiségével is méltóvá vált a személye iránti kötődésre, miután ő a nemzet erényeinek megtestesítője. Azaz a tettei és a személyisége között egyértelmű összhang mutatható ki. Mindezeknek köszönhetően – hangsúlyozta Teleki – „egy emberként ígérjük valamennyien, hogy hűséggel, szeretettel, fegyelemmel és engedelmességgel követjük őt tovább”. Beszédének zárásaként leszögezte, hogy ezen az estén *„minden magyar azzal a nyugodt biztonsággal tér nyugovóra, hogy Horthy Miklós apai keze őrködik fölötte”*.[69]

Március 1-jén a képviselőház és a felsőház elnökei, majd a díszmagyarba öltözött kormánytagok Teleki Pál vezetésével jelentek meg a kormányzónál, hogy tolmácsolják „az egész nemzet hódolatát”. A miniszterelnök ekkor nyújtotta át az államfőnek a jubileumi törvényt, amit Horthy Miklós akkor látott el a kézjegyével.[70] A kormány távozását követően a diplomáciai kar tisztelgett a királyi palotában, de természetesen a sajtó arról is hírt adott, hogy „a világ minden részéből [elsősorban baráti országok államfőitől, politikusaitól – T. D.] érkeznek üdvözlő táviratok, szerencsekívánatok”. Ez ugyan a szokásos protokoll része, mindezt azonban a napilapok már kultikus keretek között, „a személyét körülvevő tisztelet és szeretet megnyilvánulása”-ként értelmezték.[71] Ezt a megállapítást erősítették a külföldi lapokban megjelent – Horthy államfői nagyságát, kiválóságát hangsúlyozó és a külföldi ünneplésről beszámoló – cikkek is, amelyek az MTI közvetítésével az általunk vizsgált napilapokban is olvashatók voltak.[72]

A diplomáciai kar tisztelgését követően, délben a honvédség és a csendőrség 200 fős küldöttsége, Werth Henrik vezérkari főnök és Bartha Károly honvédelmi miniszter vezetésével kereste fel a Legfelsőbb Hadurat, akinek átadták azt az „ősi hun és magyar” mintás díszkardot, amelyet a Magyar Országos Véderő Egylet megrendelésére, a jubileumra készíttettek.[73] A küldöttség tisztelgésének időpontjában az ország összes helyőrségében, amelyeket erre az alkalomra fellobogóztak, díszebéd keretében méltatták a nap jelentőségét, majd a díszkard átadásának „ünnepi pillanatában arccal a budai vár felé fordulva egyperces hódolattal tisztelgett a m. kir. honvédség és csendőrség valamennyi tagja Legfelsőbb Hadurának”. A tisztikar díszebédjére a Tiszti Kaszinóban került sor.[74]

A történelmi egyházak püspökei, érsekei hivatalos körleveleikben, pásztorleveikben amellett, hogy méltatták a kormányzó „bölcs”, „dicső” kormányzását, rendelkeztek arról, hogy minden gyülekezetben, ahol ez lehetséges, jubileumi ünnepi és hálaadó istentiszteletet, misét kell tartani. Mindezt ezen állásfoglalások ugyan eltérően fejezték ki, de az Isten akaratára, gondviselésére történő hivatkozások nem maradtak el. Glattferder Gyula csanádi püspök szerint „az Úr kegyelme férfit állított a nemzet élére, aki idegen csőcselék kezéből és újra magasba emelte a magyar zászlót”. A római katolikusok, a reformátusok, az evangélikusok, a görög katolikusok és a görög keletiek központi istentiszteletei, miséi természetesen Budapesten voltak, amelyeken az Isten által adott kormányzóról, vezérről, a szimbolikus kezdetről,[75] az Ígéret Földjéről, Istennek a kormányzó személyében megnyilvánuló áldásairól szóltak a prédikációk.[76]

Az egyházi és az állami irányítás alatt álló iskolákban március 1-jén iskolai szünetet tartottak, de ezekben a napokban a tanítóknak „méltó módon” meg kellett emlékezniük az évforduló jelentőségéről. Az iskolák, így a politikai szocializációs folyamat részeként a kultusz építésében meghatározó szerepet játszottak, az évről-évre ismétlődő jubileumokhoz kötődően formálták a gyerekek világlátását és gondolkodásmódját (ehhez lásd Romsics, 2007: 11, 18–19; Szabó, 2002: 120–122; Szabó, 2009: 89, 92–93; Kunt, 2008: 54–57).[77]

Összegzés

Horthy Miklós „országlásának” huszadik jubileuma során az ismertetett eszközökkel közvetítették a társadalom felé a kultusz értéktartalmát: a konstruált vezérkép elemzésünk során meghatározott rétegeit (lásd 2–4. táblázat). Részletes adatsorokat a sajtóval kapcsolatban készítettünk, de ezek a rétegek a rádió rendszeres híradásaiban és a jubileumhoz kötődő filmhíradókban is feltűntek, igaz, értelemszerűen csak korlátozottabb mennyiségben.

A kérdés már csak az, hogy a tömegkommunikáció fenti eszközein keresztül a társadalom milyen mértékben volt elérhető, illetőleg, a média hogyan befolyásolta a médiafogyasztók világlátását. Sipos Balázsnak, a korszak médiafogyasztására vonatkozó becslése szerint 1930 körül a vidéki lakosság kb. 20–30 %-a olvasta naponta az országosnak tekinthető napilapokat, míg Budapesten az alacsonyabb társadalmi státuszúak (munkások, háztartási alkalmazottak) 35–45 %-a, míg például szellemi munkásoknak vélhetőleg több mint fele járatott ilyeneket. A vizsgált időszakra ez az érték értelemszerűen növekedett (Sipos, 2006: 134–136, 147; Hámori, 1997: 353, 369). A rádió-előfizetők száma 1939 őszén nem egészen félmillió volt: ez 1,5–2 millió rádióhallgatót jelenthetett Ormos Mária szerint. Az olcsóbb és részletre is megvehető néprádiókat, hogy növeljék az országban a rádiós lefedettséget, különösen vidéken, ekkor dobták piacra, viszont sikeresnek ez az akció nem tekinthető (Ormos, 2000: 782; Szász, 1975: 160–162). A rendelkezésre álló tömegkommunikációs eszközök – mint láttuk – közvetítették a vezérkép rekonstruált rétegeit, elemeit. A mennyiségi adatokból látható, hogy elsősorban a sajtó szerepe lehetett hatékony. Az átnézett napilapok ugyanis, ha eltérő mértékben is, de rendszeresen tájékoztattak az évforduló eseményeiről, ahogyan a kimutatott eltérések ellenére a Horthy személye köré felépített vezérkép közvetítése is megtörtént. Ugyanez elmondható a rádió műsorairól is. Mindezt egészítette ki a kormányzat azon törekvése, hogy a Magyar Hódolat ünnepélyére országos keretek között kerüljön sor. Ennek egyértelműen az volt a célja, hogy a jubileumi rendezvényeken keresztül a társadalom minél szélesebb rétegeit képesek legyenek elérni, illetőleg a sajtóban erről megjelent részletes beszámolók is demonstrálhassák a nemzet háláját, ragaszkodását a kormányzó, illetve rajta keresztül a Horthy Miklós által megtestesített rendszer iránt. A belügyminiszter elvárásainak megvalósulásáról részletes adatokkal – levéltári iratok hiányában – sajnos nem rendelkezünk. A médiafogyasztók arányának megbecsülése azonban csak a kérdés egyik oldala, ugyanis bár pontos adatok erről sem állnak rendelkezésre, még ennél is nehezebb választ adni arra, hogy milyen volt a médiának a fogyasztókra gyakorolt hatása, különösen egy szűkebb időszak alatt. A médiahatás újabb elméletei szerint ugyanis nem beszélhetünk automatikus hatásról, miszerint a tömegkommunikáció korlátlanul képes befolyásolni a média üzeneteit kritikátlanul befogadó embereket: az egyének személyes tapasztalataik, véleményük, környezetük alapján szelektálnak a média által közvetített üzenetekből, és dekódolják azokat (Angelusz, 1983: 86, 89–94, 98–102; McQuail, 2003: 359–369).

Az viszont valószínű, hogy Horthy Miklós ebben az időszakban rendkívül népszerű volt. Mindez „közvetett” bizonyítékokkal igazolható. Az ország gazdasága ekkorra már növekedési pályára állt, a munkanélküliség mértéke alacsony volt és a trianoni Magyarországon a revíziós sikerek jelentőségét sem szükséges külön magyarázni

(Sakmyster, 2001: 226–227, 357). Ráadásul mindezt a kultusz érvrendszere – Horthy személyes szerepétől függetlenül – a kormányzónak tulajdonította. Húsz év alatt a kultusz ismétlődő üzenetei, amelyeket az oktatási rendszer, az egyházak, a különféle kultuszépítési technikák és tömegkommunikációs eszközök is közvetítettek, így alakították, befolyásolták a társadalomnak Horthyról alkotott véleményét. A kultusz hatásának problémájára ennél pontosabb válasz kutatásunk jelenlegi szakaszában nem adható. A *mit állított Horthyról a propaganda* kérdés megválaszolásához számtalan típusú forrás, ráadásul jelentős mennyiségben áll rendelkezésre. Mindez viszont, a téma jellegéből következően nem mondható el a *mit gondolt róla pontosan a kor embere* kérdés összefüggésében.

Irodalom

Ablonczy Balázs (2005): *Teleki Pál*. Budapest: Osiris Kiadó.

Angelusz Róbert (1983): *Kommunikáló társadalom*. Budapest: Gondolat.

Biedermann, Hans (1996): *Szimbólumlexikon*. Hely nélkül: Corvina.

Cassirer, Ernst (1997): A modern politikai mítoszok technikája. In: Zentai Violetta (szerk.) *Politikai antropológia*. Budapest: Osiris Kiadó – Láthatatlan Kollégium. 37–50.

Császi Lajos (2002): *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Budapest: Osiris Kiadó, MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport. (Jel-kép könyvtár)

Dömötörfi Tibor (1990): A Horthy-kultusz elemei. *História*, 5–6. sz. 23–26.

Gergely Jenő (1984): *A püspöki kar tanácskozásai. A magyar katolikus püspökök konferenciájának jegyzőkönyveiből, 1919–1944*. Budapest: Gondolat.

Gerő András (2004): *Képzelt történelem. Fejezetek a magyar szimbolikus politika XIX–XX. századi történetéből*. Budapest: PolgART.

Gyáni Gábor (2005): Politikai kultusz – vezérkultusz. Identitás- és közvélemény-teremtés. In: Kalla Zsuzsa & Takáts József & Tverdota György (szerk.): *Kultusz, mű, identitás. Kultusztörténeti tanulmányok 4*. Budapest: Petőfi Irodalmi Múzeum. (A Petőfi Irodalmi Múzeum könyvei 13.) 89–97.

Hámori Péter (1997): Kísérlet egy „propagandaminisztérium” létrehozására Magyarországon. *Századok*, 2. sz. 353–382.

Joó András s. a. rend., jegyz. (2007): *„... a háború szolgálatában”. Főszerkesztői értekezletek 1942. szeptember 22.–1943. augusztus 25*. Bev.: Sipos Balázs. Budapest: Napvilág Kiadó, Magyar Távirati Iroda.

Kunt Gergely (2008): Irredenta kultusz és háborús propaganda az iskolai ünnepeken, 1939–1944. In: *Korall*, 33. sz. 41–61.

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

Olasz Lajos (2007): *A kormányzóhelyettesi intézmény története (1941–1944)*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Ormos Mária (2000): *Egy magyar médiavezér: Kozma Miklós. Pokoljárás a médiában és a politikában (1919–1941)*. II. köt. Budapest: PolgART.

Pótó János (2003): *Az emlékeztetés helyei. Emlékművek és politika*. Budapest: Osiris Kiadó.

Püski Levente (2006): *A Horthy-rendszer*. Hely nélkül: Pannonica Kiadó. (Modern magyar politikai rendszerek)

Romsics Gergely (2001): Két bevonulás Budapestre. Horthy Miklós és IV. Károly. *Rubicon*, 7–8. sz. 4–14.

Romsics Gergely (2004): Mítosz, kultusz, társadalom. *Mozgó Világ*, 7. sz. 55–65.

Romsics Ignác (2005): *Bethlen István. Politikai életrajz*. Budapest: Osiris Kiadó.

Romsics Ignác (2007): Horthy-képeink. *Mozgó Világ*, 10. sz. 3–32.

Sakmyster, Thomas (2001): *Admirális fehér lovon. Horthy Miklós, 1918–1944*. Hely nélkül: Helikon.

Sallai Gergely (2002): *Az első bécsi döntés*. Budapest: Osiris Kiadó.

Sipos Balázs (2006): Média, medialitás és a külpolitikai gondolkodás alakulása. In: Pritz Pál (szerk.) *Magyar külpolitikai gondolkodás a 20. században*. Budapest: Magyar Történelmi Társulat. 129–149.

Szabó Attila (2002): Iskolai ünnepek és megemlékezések a Horthy-korszakban. (Ünnepnapok a szigetvári Magyar Királyi Állami „Rezső” Polgári Fiúoskolában). In: Bősze Sándor (szerk.) *Somogy megye múltjából. 31*. Kaposvár. 109–132.

Szabó Ildikó (2009): *Nemzet és szocializáció. A politika szerepe az identitások formálásában Magyarországon 1867–2006*. Budapest: L'Harmattan (Posztmodern politológiák)

Szabó Márton (2003): *A diszkurzív politikatudomány alapjai. Elméletek és elemzések*. Budapest: L'Harmattan. (Posztmodern politológiák)

(sz. n.) (1939): *Horthy Miklós*. Hely nélkül: Singer és Wolfner.

Szabó Márton (2006): *Politikai idegen. A politika diszkurzív szereplőinek elméleti értelmezése*. Budapest: L'Harmattan. (Posztmodern politológiák)

Szabó Miklós (1984): Politikai évfordulók a Horthy-rendszerben. In: Lackó Miklós (szerk.): *A két világháború közötti Magyarországról*. Budapest: Kossuth Könyvkiadó. 494–497.

Szász Zoltán (1975): A Magyar Rádió a második világháborúban (1939–1944). In: Frank Tibor (szerk.) *Tanulmányok a Magyar Rádió történetéből*. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont. 149–202.

Turbucz Dávid (2009a): A Horthy-kultusz kezdetei. *Múltunk*, 4. sz. 156–199.

Turbucz Dávid (2009b): Horthy Miklós „országlásának” tizedik évfordulója. In: *Első Század*. *Tudományos folyóirat*. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Hallgatói Önkormányzatának Kiadványa. OTDK különszám. 187–213.

Vörös Boldizsár (2000): Károlyi Mihály tér, Marx-szobrok, fehér ló. Budapest szimbolikus elfoglalásai 1918–1919-ben. *Budapesti Negyed*, 3–4. sz. 144–172.

Zeidler Miklós (2009): *A revíziós gondolat*. Pozsony: Kalligram.

Melléklet

	a bevonulás évfordulója 1939. nov. 10–20.1939. nov. 10–20			**a kormányzó névnapja 1939. dec. 5–13.1939. dec. 5–13.**			**a kormányzóválasztás évfordulója 1940. febr. 20. – márc. 20**		
	közvetlen kultuszépítés	**közvetett**	**összesen**	**közvetlen kultuszépítés**	**közvetett**	**összesen**	**közvetlen kultuszépítés**	**közvetett**	**összesen**
Magyarság	1	4	5	1	6	7	2	34	36
Új Magyarság	1	9	10	0	13	13	2	42	46
Új Nemzedék	1	1	2	1	3	4	1	15	16
Nemzeti Újság	1	7	8	1	6	7	3	38	41
Magyarország	1	13	14	2	9	11	10	62	72
8 Órai Újság	1	4	5	1	5	6	2	15	17
Pesti Hírlap	1	11	12	1	5	6	2	32	34
Esti Kurír	1	4	5	1	3	4	2	23	25
Újság	1	9	10	1	6	7	2	34	36
Népszava	0	5	5	0	5	5	1	16	17
Összesen	9	65	74	9	61	70	27	311	338
átlag		7,4		7,0		33,8			

1. táblázat: A vizsgált időszakokban megjelent cikkek laponkénti megoszlása (1939–1940)

	Magyarság	**Új Magyarság**	**Új Nemzedék**	**Nemzeti Újság**	**Magyarország**	**8 Órai Újság**	**Pesti Hírlap**	**Esti Kurír**	**Újság**	**Népszava**	**Összesen**	**Átlag**
1. a vezérkép alaprétege												
a Novara hőse	3	1	2	1	0	1	3	0	3	0	14	1,4
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat												
Horthy a nemzet vezére	4	3	3	0	3	2	8	6	7	0	36	3,6
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	1	0	2	4	2	0	3	1	3	0	16	1,6
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata												
a nemzet egésze hódol a kormányzónak	1	3	4	3	6	6	1	7	3	0	34	3,4
a kormányzó személye politikán felül áll	0	2	1	3	11	5	2	2	2	0	28	2,8
a kormányzó												

testesíti meg a nemzet erényeit	0	1	2	0	0	0	3	1	0	0	7	0,7
Horthy apánk	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	3	0,3
4. a kultusz időfogalma												
a szimbolikus kezdet motívuma	3	8	9	1	6	6	8	3	3	0	47	4,7
Horthy a magyar jövő letéteményese	1	4	3	0	8	8	2	1	1	0	28	2,8
5. isteni legitimáció												
a magyarok Istenének küldötte	1	5	3	3	5	5	4	2	2	0	30	3,0
6. Horthy történelmi tettei												
a nemzet megmentése („nemzetmentő”)	6	7	7	2	5	5	5	5	6	0	48	4,8
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	2	2	1	1	4	4	3	2	2	0	21	2,1
az ország újjáépítése („országépítő”)	3	6	2	1	8	8	2	7	5	1	43	4,3
revíziós sikerek („országgyarapító”)	2	2	3	0	3	3	2	3	4	1	23	2,3
7. történelmi párhuzamok												
Árpád vezér	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,1
IV. Béla	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,1
Hunyadi Mátyás	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,1
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok												
bölcs (kormányzás, egyéniség)	0	3	4	2	4	2	4	2	6	0	27	2,7
erős (kormányos, kéz)	0	0	0	2	2	0	11	3	1	0	19	1,9
szilárd (kormányzás)	0	1	1	1	2	1	0	3	1	0	10	0,1
összesen	28	50	48	24	69	57	62	48	49	2		

2. táblázat: A budapesti bevonulás évfordulóján megjelent cikkek által közvetített vezérkép elemeinek előfordulása

	Magyar-ság	**Új Magyar-ság**	**Új Nem-zedék**	**Nemzeti Újság**	**Magyar-ország**	**8 Órai Újság**	**Pesti Hírlap**	**Esti Kurír**	**Újság**	**Nép-szava**	**Össze-sen**	**Átlag**
1. a vezérkép alaprétege												
a Novara hőse	0	5	1	1	4	2	5	1	6	1	26	2,6
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat												
Horthy a nemzet vezére	4	8	1	1	11	1	5	1	5	0	37	3,7
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	1	5	2	0	10	0	9	4	3	0	34	3,4
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata												
a nemzet egészének családi ünnepe	7	17	8	5	9	6	11	11	11	1	85	8,5
a kormányzó személye politikán felül áll	1	1	1	0	7	0	1	0	1	0	12	1,2
a kormányzó testesíti meg a nemzet erényeit	0	4	3	0	0	1	4	2	3	0	17	1,7
Horthy apánk	1	2	3	0	0	3	2	0	1	0	12	1,2
4. a kultusz időfogalma												
a szimbolikus kezdet motívuma	3	8	4	1	11	1	8	3	3	0	42	4,2
Horthy a magyar	0	1	0	1	5	0	3	0	3	0	13	1,3

jövő letéteményese												
5. isteni legitimáció												
a magyarok Istenének küldötte	1	6	0	1	7	0	5	1	4	0	25	2,5
6. Horthy történelmi tettei												
a nemzet megmentése („nemzetmentő”)	1	8	5	1	4	0	10	1	7	0	37	3,7
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	2	1	3	0	0	1	4	1	1	0	13	1,3
az ország újjáépítése („országépítő”)	1	7	2	1	4	2	5	2	5	0	29	2,9
revíziós sikerek („országgyarapító”)	3	8	2	0	7	1	6	2	5	0	34	3,4
7. történelmi párhuzamok												
Hunyadi János	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	3	0,3
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok												
bölcs (kormányzás, egyéniség)	0	3	3	0	2	1	4	0	2	0	15	1,5
erős (kormányos, kéz)	1	5	2	2	0	0	5	1	2	0	18	1,8
összesen	26	89	42	14	81	19	89	30	62	2		

3. táblázat: Horthy Miklós névnapján megjelent cikkek által közvetített vezérkép elemeinek előfordulása

	Magyar-ság	**Új Magyar-ság**	**Új Nem-zedék**	**Nemzeti Újság**	**Magyar-ország**	**8 Órai Újság**	**Pesti Hírlap**	**Esti Kurír**	**Újság**	**Nép-szava**	**Össze-sen**	**Átlag**
1. a vezérkép alaprétege												
a Novara hőse	9	7	8	3	12	5	10	3	5	3	65	6,5
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat												
Horthy a nemzet vezére	8	8	10	0	24	5	10	6	11	6	88	8,8
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	5	3	10	3	13	9	5	5	5	4	62	6,2
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata												
a nemzet egésze hódol a kormányzónak	23	33	32	12	33	15	33	20	28	13	242	24,2
a kormányzó testesíti meg a magyar nemzet erényeit	3	13	21	4	19	5	11	10	14	7	107	10,7
Horthy apánk	3	11	10	2	16	5	10	7	8	8	80	8,0
a kormányzó személye a politikán felül áll	7	3	8	5	18	3	12	8	4	10	78	7,8
az egész nemzet akaratából lett kormányzó	2	3	9	2	5	4	5	8	6	4	48	4,8
a legelső magyar ember	1	2	1	1	1	2	1	1	1	0	11	1,1
4. A kultusz időfogalma												
a szimbolikus kezdet motívuma	14	19	25	4	21	9	20	8	13	4	137	13,7
Horthy a magyar jövő letéteményese	9	3	3	0	11	3	6	12	14	3	64	6,4
5. isteni legitimáció												
a magyarok Istenének küldötte	6	14	12	7	18	10	10	12	14	4	107	10,7
6. Horthy történelmi tettei												
a nemzet	10	14	20	7	22	9	10	16	14	3	134	13,4

megmentése („nemzetmentő”)	10	14	20	7	23	9	18	16	14	3	134	13,4
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	1	4	6	1	15	4	6	3	2	4	46	4,6
az ország újjáépítése („országépítő”)	14	21	25	6	34	11	20	15	16	11	173	17,3
1921-ben újból megmentette az országot	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	7	0,7
az ország nemzetközi tekintélyének helyreállítása	5	10	12	1	22	6	10	7	6	7	87	8,7
revíziós sikerek („országgyarapító”)	6	21	24	4	19	5	19	13	14	9	134	13,4
7. történelmi párhuzamok												
Szent István	0	1	1	0	2	1	1	0	0	1	7	0,7
IV. Béla	1	1	2	0	4	2	1	1	2	1	15	1,5
Hunyadi János	1	2	2	0	1	1	1	1	2	1	12	1,2
Hunyadi Mátyás	0	0	2	0	1	1	1	0	1	0	6	0,6
Kossuth Lajos	1	1	1	0	1	1	1	1	3	1	11	1,1
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok												
bölcs (kormányzás, egyéniség)	3	3	11	4	18	7	16	9	3	2	76	7,6
erős (kormányos, kéz)	5	5	6	2	5	3	9	4	2	1	42	4,2
9. a kormányzói tisztségéből következő réteg												
Legfelsőbb Hadúr	4	5	4	2	7	4	7	5	7	3	48	4,8
összesen	142	208	265	70	344	131	244	176	196	111		

4. táblázat: A kormányzóválasztás évfordulóján megjelent cikkek által közvetített vezérkép elemeinek előfordulása

	Magyarság	**Új Magyarság**	**Új Nemzedék**	**Nemzeti Újság**	**Magyarország**	**8 Órai Újság**	**Pesti Hírlap**	**Esti Kurír**	**Újság**	**Népszava**
összesen	28 %	50 %	48 %	24 %	69 %	57 %	62 %	48 %	49 %	2 %
1. a vezérkép alaprétege										
a Novara hőse	10,7	2,0	4,2	4,2	0,0	1,8	4,9	0,0	6,1	0,0
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat										
Horthy a nemzet vezére	14,3	6,3	6,3	0,0	4,3	3,5	12,9	12,5	14,3	0,0
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	3,6	0,0	4,2	16,7	2,9	0,0	4,9	2,1	6,1	0,0
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata										
a nemzet egésze hódol a kormányzónak	3,6	6,0	8,3	12,5	8,7	10,5	1,6	14,6	6,1	0,0
a kormányzó személye politikán felül áll	0,0	4,0	2,1	12,5	16,0	8,7	3,2	4,2	4,1	0,0
a kormányzó testesíti meg a nemzet erényeit	0,0	2,0	4,2	0,0	0,0	0,0	4,9	2,1	0,0	0,0
Horthy apánk	3,6	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0
4. a kultusz időfogalma										
a szimbolikus kezdet motívuma	10,7	16,0	18,8	4,2	8,7	10,5	13,0	6,3	6,1	0,0
Horthy a magyar jövő letéteményese	3,6	8,0	6,3	0,0	11,6	14,0	3,2	2,1	2,0	0,0
5. isteni legitimáció										
a magyarok Istenének küldötte	3,6	10,0	6,3	12,5	7,2	8,7	6,4	4,2	4,1	0,0
6. Horthy történelmi tettei										
a nemzet megmentése („nemzetmentő”)	21,4	14,0	14,6	8,3	7,2	8,7	7,9	10,4	12,2	0,0
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	7,1	4,0	2,1	4,2	5,8	7,0	4,9	4,2	4,1	0,0

az ország újjáépítése („országépítő”)	10,7	12,0	4,2	4,2	11,6	14,0	3,2	14,6	10,2	50,0
revíziós sikerek („országgyarapító”)	7,1	4,0	6,3	0,0	4,3	5,2	3,2	6,3	8,2	50,0
7. történelmi párhuzamok										
Árpád vezér	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
IV. Béla	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Hunyadi Mátyás	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok										
bölcs (kormányzás, egyéniség)	0,0	6,0	8,3	8,3	5,8	3,5	6,4	4,2	12,2	0,0
erős (kormányos, kéz)	0,0	0,0	0,0	8,3	2,9	0,0	17,7	6,3	2,0	0,0
szilárd (kormányzás)	0,0	2,0	2,1	4,2	2,9	1,8	0,0	6,3	2,0	0,0

5. táblázat: A budapesti bevonulás évfordulóján megjelent cikkek által közvetített vezérkép elemeinek előfordulása

	Magyarság	**Új Magyarság**	**Új Nemzedék**	**Nemzeti Újság**	**Magyarország**	**8 Órai Újság**	**Pesti Hírlap**	**Esti Kurír**	**Újság**	**Népszava**
összesen	26	89	42	14	81	19	89	30	62	2
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. a vezérkép alaprétege										
a Novara hőse	0,0	5,6	2,4	7,1	4,9	10,5	5,6	3,3	9,7	50,0
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat										
Horthy a nemzet vezére	15,4	9,0	2,4	7,1	13,6	5,3	5,6	3,3	8,1	0,0
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	3,8	5,6	4,8	0,0	12,3	0,0	10,1	13,3	4,8	0,0
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata										
a nemzet egészének családi ünnepe	26,9	19,1	19,0	35,7	11,1	31,6	12,4	36,7	17,7	50,0
a kormányzó személye politikán felül áll	3,8	1,1	2,4	0,0	8,6	0,0	1,1	0,0	1,6	0,0
a kormányzó testesíti meg a nemzet erényeit	0,0	4,5	7,1	0,0	0,0	5,3	4,5	6,7	4,8	0,0
Horthy apánk	3,8	2,3	7,1	0,0	0,0	15,8	2,2	0,0	1,6	0,0
4. a kultusz időfogalma										
a szimbolikus kezdet motívuma	11,5	9,0	9,5	7,1	13,6	5,3	9,0	10,0	4,8	0,0
Horthy a magyar jövő letéteményese	0,0	1,1	0,0	7,1	6,2	0,0	3,4	0,0	4,8	0,0
5. isteni legitimáció										
a magyarok Istenének küldötte	3,8	6,7	0,0	7,1	8,6	0,0	5,6	3,3	6,5	0,0
6. Horthy történelmi tettei										
a nemzet megmentése („nemzetmentő”)	3,8	9,0	11,9	7,1	4,9	0,0	11,2	3,3	11,3	0,0
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	7,7	1,1	7,1	0,0	0,0	5,3	4,5	3,3	1,6	0,0
az ország újjáépítése („országépítő”)	3,8	7,9	4,8	7,1	4,9	10,5	5,6	6,7	8,1	0,0
revíziós sikerek („országgyarapító”)	11,5	9,0	4,8	0,0	8,6	5,3	6,7	6,7	8,1	0,0
7. történelmi párhuzamok										
Hunyadi János	0,0	0,0	4,8	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok										
bölcs (kormányzás, egyéniség)	0,0	3,4	7,1	0,0	2,5	5,3	4,5	0,0	3,2	0,0
erős (kormányos, kéz)	3,8	5,6	4,8	14,3	0,0	0,0	5,6	3,3	3,2	0,0

6. táblázat: Horthy Miklós névnapján megjelent cikkek által közvetített vezérkép elemeinek előfordulása

	Magyarság	**Új Magyarság**	**Új Nemzedék**	**Nemzeti Újság**	**Magyarország**	**8 Órai Újság**	**Pesti Hírlap**	**Esti Kurír**	**Újság**	**Népszava**
összesen	142	208	265	70	344	131	244	176	196	111
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. a vezérkép alaprétege										

a Novara hőse	6,3	3,4	3,0	4,3	3,5	3,8	4,1	1,7	2,6	2,7
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat										
Horthy a nemzet vezére	5,6	3,8	3,8	0,0	7,0	3,8	4,1	3,4	5,6	5,4
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	3,5	1,4	3,8	4,3	3,8	6,9	2,1	2,8	2,6	3,6
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata										
a nemzet egésze hódol a kormányzónak	16,2	15,9	12,1	17,1	9,6	11,5	13,5	11,4	14,3	11,7
a kormányzó testesíti meg a nemzet erényeit	2,1	6,3	7,9	5,7	5,5	3,8	4,5	5,7	7,1	6,3
Horthy apánk	2,1	5,3	3,8	2,9	4,7	3,8	4,1	4,0	4,1	7,2
a kormányzó személye a politikán felül áll	4,9	1,4	3,0	7,1	5,2	2,3	4,9	4,5	2,0	9,0
az egész nemzet akaratából lett kormányzó	1,4	1,4	3,4	2,9	1,5	3,1	2,1	4,5	3,1	3,6
az első magyar ember	0,7	1,0	0,4	1,4	0,3	1,5	0,4	0,6	0,5	0,0
4. a kultusz időfogalma										
a szimbolikus kezdet motívuma	9,9	9,1	9,4	5,7	6,1	6,9	8,2	4,5	6,6	3,6
Horthy a magyar jövő letéteményese	6,3	1,4	1,1	0,0	3,2	2,3	2,5	6,8	7,1	2,7
5. isteni legitimáció										
a magyarok Istenének küldötte	4,2	6,7	4,5	10,0	5,2	7,6	4,1	6,8	7,1	3,6
6. Horthy történelmi tettei										
a nemzet megmentése („nemzetmentő”)	7,0	6,7	7,5	10,0	6,7	6,7	7,4	9,1	7,1	2,7
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	0,7	1,9	2,3	1,4	4,4	3,1	2,5	1,7	1,0	3,6
az ország újjáépítése („országépítő”)	9,9	10,1	9,4	8,6	9,9	8,4	8,2	8,5	8,1	10,0
1921-ben újból megmentette az országot	0,7	0,5	0,0	0,0	0,3	0,8	0,4	0,6	0,5	0,0
az ország nemzetközi tekintélyének helyreállítása	3,5	4,8	4,5	1,4	6,4	4,6	4,1	3,4	3,1	6,3
revíziós sikerek („országgyarapító”)	4,2	10,1	9,1	5,7	5,5	3,8	7,8	6,8	7,1	8,1
7. történelmi párhuzamok										
Szent István	0,0	0,5	0,4	0,0	0,6	0,8	0,4	0,0	0,0	0,9
IV. Béla	0,7	0,5	0,8	0,0	1,2	1,5	0,4	0,6	1,0	0,9
Hunyadi János	0,7	1,0	0,8	0,0	0,3	0,8	0,4	0,6	1,0	0,9
Hunyadi Mátyás	0,0	0,0	0,8	0,0	0,3	0,8	0,4	0,0	0,5	0,0
Kossuth Lajos	0,7	0,5	0,4	0,0	0,3	0,8	0,4	0,6	1,5	0,9
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok										
bölcs (kormányzás, egyéniség)	2,1	1,4	4,2	5,7	5,2	5,3	6,6	5,1	1,5	1,8
erős (kormányos, kéz)	3,5	2,4	2,3	2,9	1,5	2,3	3,7	2,2	0,5	0,9
9. a kormányzói tisztségéből következő réteg										
Legfelsőbb Hadúr	2,8	2,4	1,5	2,9	2,0	3,1	2,8	2,8	3,6	2,7

7. táblázat: A kormányzóválasztás évfordulóján megjelent cikkek által közvetített vezérkép elemeinek előfordulása

	N
1. a vezérkép alaprétege	
a Novara hőse	17
2. Horthy Miklós jelöli ki a magyarság számára egyedül járható utat	
Horthy a nemzet vezére	5
a nemzet hajójának erőskezű kormányosa	2
3. Horthy és a magyar nemzet kapcsolata	
1920-ban a nemzet egészének akaratából lett kormányzó	2
a kormányzó személye a politikán felül áll („fix” pont, „központi erő”)	23
a kormányzó testesíti meg	6
Horthy apánk	3

az első magyar ember	1
4. a kultusz időfogalma	
a szimbolikus kezdet motívuma	15
Horthy a magyar jövő letéteményese	7
5. isteni legitimáció	
a magyarok Istenének küldötte	5
6. Horthy történelmi tettei	
a nemzet megmentése („nemzetmentő”)	0
a Nemzeti Hadsereg megteremtése	9
az ország újjáépítése („országépítő”)	3
revíziós sikerek („országgyarapító”)	0
7. történelmi párhuzamok	
Csaba vezér	1
IV. Béla	1
Hunyadi János	2
Hunyadi Mátyás	2
Kossuth Lajos	2
8. a leggyakrabban alkalmazott jelzős szókapcsolatok	
magyar (katona, ember, államfő, személyiség)	22
erős (kéz)	2

8. táblázat: A Horthy Miklós című kötetben megjelenő vezérkép elemeinek előfordulása

Lábjegyzetek

50
A vezérkultuszok elméleti vonatkozásaihoz lásd Cassirer (1997). Gyáni (2005), Romsics (2004).

51
A Képes Vasárnap miután hetilap volt, a fenti kategóriák alapján nem hasonlítható össze a napilapokkal, így a Képes Vasárnap a melléklet táblázataiban nem szerepel. A kormányzóválasztás évfordulóján a lap jubileumi számot jelentetett meg.

52
Magyarság, 1940. március 1. 1.

53
Az 5–7. táblázatok az egyes napilapokban megjelent vezérkép elemeinek százalékos (egy tizedes jegyre kerekített) arányait mutatják, a 2–4. táblázatok oszlopaiban jelzett összesített értékek megoszlása alapján.

54
Esti Kurír, 1939. november 16. 5. és december 6. 5; Magyarság, 1939. november 16. 2; Új Magyarság, 1939. november 16. 1; Nemzeti Újság, 1939. december 6. 8. Vö. Gerő (2004: 289).

55
Magyarság, 1940. február 29. 3.

56
Nemzeti Újság, 1939. november 16. 1.

57
Pesti Hírlap, 1939. november 16. 1; Képes Vasárnap, 1940. március 1. 16–17. Vö. Romsics (2001: 6), Zeidler (2009: 225–226) Vörös (2000: 158–160).

58
Nemzeti Újság, 1939. november 16. 1–2; Új Magyarság, 1939. november 16. 1; 8 Órai Újság, 1940. március 1. 1; Magyarság, 1940. március 1. 1; Képes Vasárnap, 1940. március 1. 10–14. Vö. Romsics (2007: 14-15).

59
Reggeli Magyarország, 1940. március 1. 1. (Eredeti kiemelés). A tanulmányban szereplő további kiemelések is az eredetiek, így ezeket már külön nem tüntetem fel.

60
Esti Magyarország, 1939. december 5. 3; Új Magyarság, 1940. február 29. 1; Újság, 1940. március. 1. 2. Az 1920-as években a konszolidáció Bethlen István miniszterelnök politikája eredményeképpen, Horthy Miklós támogatásával valósult meg (Romsics, 2005). A revíziós sikereket, hogy csak a markánsabb példákat említsem, Németország és Olaszország megerősödése, tehát a térségben végbement hatalmi átrendeződés tette lehetővé (Zeidler, 2009: 268).

61
Reggeli Magyarország, 1940. március 1. 4.

62
OSZK Történeti Interjúk Tára, Magyar Világhíradó, 1940/836/9; Magyar Országos Levéltár (a továbbiakban MOL) K. 675. Magyar Filmiroda, 14. csomó 35. tétel III. 1937-1941. 104. A filmhíradók megnézhetőek a http://www.filmhiradok.nava.hu/ internetes oldalon.

63
Pesti Hírlap, 1939. november 16. 1. és december 6. 1; Új Nemzedék, 1939. november 16. 3; Magyarság, 1939. február 29. 3; Reggeli Magyarország, 1940. március 1. 1; Olasz (2007: 70-71, 74, Biedermann (1996: 141–142,

410–411).

64

Esti Magyarország, 1939. december 5. 3; Új Nemzedék, 1939. december 7. 3; Újság, 1940. február 29. 1; Gerő (2004: 292-295).

65

8 Órai Újság, 1940. március 1. 1; Biedermann (1996: 26).

66

Esti Kurír, 1940. március 1. 1; Képes Vasárnap, 1940. március 1. 3.

67

A nemzeti érdeket IV. Károly visszatérési kísérleteivel kapcsolatban is hangsúlyozták, miután akkor Horthynak, erősítve ezzel a kormányzó áldozat szerepét, „Szembe kellett szállnia koronás királyával, hogy megmentse az országot”. Esti Magyarország, 1940. február 29. 3; Vö. Romsics (2001: 7).

68

Nemzeti Újság, 1939. december 6. 8; Népszava, 1940. március 1. 1.

69

8 Órai Újság, 1940. március 1. 1.; Vö. Olasz (2007: 70).

70

Pesti Hírlap, 1939. november 16. 1.

71

Esti Kurír, 1939. november 16. 5; 8 Órai Újság, 1939. december 5. 3. és március 1. 1–2; Nemzeti Újság, 1940. március 1. 1; Esti Magyarország, 1940. február 28. 3. MOL K. 615. Magyar Rádió és Telefonhírmondó Rt. Műsoranyag. 58. csomó. 1940. február 29. 732. Már 1920-ban megjelent az ugyanezt kifejező érv, miszerint a kormányzóválasztás során a nemzetgyűlés a magyar nép akaratából választotta meg.

72

Képes Vasárnap, 1940. március 1. 3–5; Vö. Dömötörfi (1990: 25).

73

Képes Vasárnap, 1940. március 1. 1–18; 8 Órai Újság, 1940. március 1. 1; Nemzeti Újság, 1940. március 1. 1; Pesti Hírlap, 1939. december 6. 3; Új Magyarság, 1940. március 1. 1. A képi síkon történő kultuszépítésben emléklapok, képeslapok és bélyegek is fontos szerepet játszottak, különösen, miután nagy mennyiségben kerültek forgalomba. A 6 filléres jubileumi bélyegen Horthy ágaskodó fehér lován volt látható; a 10 fillérest az arcképe díszítette; míg a 20 filléresen a Felvidék visszatérése elevenedett meg. Esti Magyarország, február 23. 6.

74

Erre a diszkurzív logikára található példák közül az egyik Bethlen Istvánnak a Magyar Tudományos Akadémia díszközgyűlésén, március 18-án elmondott beszédéhez kapcsolódik. Bethlen elismerte Horthy érdemeit, de megjegyezte, hogy rajta kívül másokat is megillet az elismerés. A Magyarság mindezt nagyfokú szerénytelenségnek nevezte, azonban a cikk leszögezte, hogy természetesen a beszéd minden további állításával egyetért, „mint ahogy egyetért minden igaz magyar is”. Magyarság, 1940. március 19. 3. A volt miniszterelnök beszédének fő üzenete a kultusz rendszerstabilizációs funkcióját erősítette, miután hangsúlyozta, hogy a kormányzónak „köszönheti az ország, hogy megmaradtunk történelmi tradíciónk útján, és nem kísérleteztünk alkotmányunk diktatórikus módszerek és példák szerint való átalakításával”. *Gróf Bethlen István ünnepi beszéde a M. T. Akadémia 1940. március 18-i összes ülésén*. Különlenyomat a Budapesti Szemle 1940. áprilisi füzetéből. 13–15.

75

Magyarország, 1939. november 16. 7.

76

Magyarország, 1939. november 13. 5; Magyarság, 1939. november 14. 5.

77

Újság, 1939. november 15. 4.

78

Pesti Hírlap, 1939. november 17. 3; *Képviselőházi Napló, 1939-1944*. (a továbbiakban *KN 1939*). III. köt. (1939. november 16.) 105.

79

Esti Kurír, 1939. november 16. 3; Új Magyarság, 1939. november 17. 3.

80

Esti Magyarország, 1939. november 20. 3; Dömötörfi (990: 25).

81

MOL K. 428. MTI „kőnyomatos” Hírek. Napi tudósítások, 1939. november 15. 13, 23, 27; november 23. 30; november 27. 11, 33; november 29. 9. Az MTI híranyaga digitalizált formában elérhető az interneten: http://mol.arcanum.hu/mti/opt/a090829.htm?v=pdf&a=start.

82

MOL K. 615. Magyar Rádió és Telefonhírmondó Rt. Műsoranyag. 46. csomó. 1939. november 15. 1226, 1293.

83

OSZK Történeti Interjúk Tára, Magyar Világhíradó, 1939/822/9; MOL K. 675. Magyar Filmiroda, 14. csomó 35. tétel III. 1937–1941. 124.

84

A kötet ára és jellege nem a tömegpropaganda igényeit elégítette ki. Eddigi kutatásaink során az eladott példányszámról nem találtam információt.

85

8 Órai Újság, 1939. november 18. 2; Esti Kurír, 1939. november 9. 4; Nemzeti Újság, 1939. november 11. 11; Pesti Hírlap, 1939. november 11. 3–4; Új Magyarság, 1939. november 21. 6; sz. n. (1939: 7).

86

A hajó kormányosa motívum a már említetteken túl rendelkezett egy további funkcióval is. Konek Emil és Kornis Gyula is kitért arra, hogy a hajókon a tengerészekben, így Horthy Miklósban is, a viharos tenger, az állandó veszély miatt „különösen fokozott” felelősség- és összetartozás-tudat alakul ki. sz. n. (1939: 80–88, 187).

87 Pesti Hírlap, 1939. november 11. 3.

88 A napilapok alapvetően e köré építették fel a cikkeiket.

89 Esti Magyarország, 1939. november 18. 5; Nemzeti Újság, 1939. november 11. 11; Horthy, 1939: 8. Ugyanezt a motívumot emelte ki az Esti Újság írása is. MOL K. 609. Sajtólevéltár. 68. csomó 1. dosszié. I. 45. Horthy Miklós, 1939-1940. 49.

90 Esti Magyarország, 1939. december 6. 5.

91 8 Órai Újság, 1939. december 6. 5–6; Új Magyarság, 1939. december 6. 1.

92 Új Magyarság, 1939. december 7. 5.

93 Nemzeti Újság, 1939. december 7. 3–4.

94 Esti Magyarország, 1939. december 6. 5; Pótó (2003: 17–23, 26–29).

95 OSZK Történeti Interjúk Tára, Magyar Világhíradó, 1939/824/13.; MOL K. 675. Magyar Filmiroda, 14. csomó 35. tétel III. 1937-1941. 120.

96 Reggeli Magyarország, 1939. december 7. 5; Biedermann, 1996: 114–117.

97 *Felsőházi Napló, 1939-1944*. (a továbbiakban *FN 1939–1944*). I. köt. (1939. december 12.) 73.

98 *A vitéz nagybányai Horthy Miklós húszéves kormányzását megünneplő kiállítás képes tárgymutatója, 1939. december–1940. január*. Országos Magyar Képzőművészeti Társulat, Budapest, [1939]; Vö. Szabó, 1984: 501–502.

99 Reggeli Magyarország, 1940. február 20. 1.

100 Esti Magyarország, 1940. február 20. 10; Reggeli Magyarország, 1940. február 21. 3.

101 *KN 1939-1944*. V. köt. (1940. február 27.) 1.; *Képviselőházi Irományok, 1939–1944*. (a továbbiakban *KI 1939–1944*) III. köt. 214. szám. 253-254.

102 MOL K. 615. 58. csomó. 1940. február 27–28. 412–414, 455–457, 558–560; Pesti Hírlap, 1940. február 23. 3, február 24. 4, február 27. 3, február 28. 3, február 29. 3. és március 1. 1.

103 Beszédét részben idézték a rádió híradásaiban: MOL K. 615. 58. csomó. 1940. február 28. 558–560.

104 A maradandóság, rendíthetetlenség szimbóluma (Biedermann, 1996: 365–366).

105 *KN 1939–1944*. V. köt. (1940. február 28.) 3-5.; MOL K. 615. 58. csomó. 1940. február 28. 558–560.; *Esti* Magyarország, 1940. február 28. 5.

106 KI 1939–1944. III. köt. 216. szám. 258.

107 KN 1939–1944. V. köt. (1940. február. 29.) 7.

108 FN 1939–1944. I. köt. (1940. február 29.) 233–234; Esti Magyarország, 1940. február 29. 10; Vö. Szabó, 2006: 15, 18–21.

109 *Magyar Törvénytár. 1940. évi törvénycikkek*. Szerk.: Degré Alajos. Franklin Társulat, Budapest, 1941. 5.

110 Esti Magyarország, 1940. febr. 20. 10; MOL K. 615. 58. csomó. 1940. február 24. 1-6.

111 Reggeli Magyarország, 1940. márc. 1. 2.

112 MOL K. 428. MTI „kőnyomatos” Hírek. Napi tudósítások. 1940. február 29. 24–30, 32.

113 Reggeli Magyarország, 1940. február 27. 3; MOL K. 428. MTI „kőnyomatos” Hírek. Napi tudósítások. 1940. február 26. 28.

114 MOL K. 148. Belügyminisztérium. Elnöki iratok 1867–1944. 1049. csomó 1. tétel. 1118. alapszám. 4, 8–9, 15–17. Az sajnos nem derül ki az amúgy nem nagy mennyiségű vonatkozó iratanyagból, hogy a beszédet ki, vagy kik fogalmazták meg.

115
Ennek egyrészt a kultusz terjesztése szempontjából volt jelentősége (a rádió német, ruszin és szlovák nyelvű híradásai mellett), másrészt egyfajta gesztusértékkel is rendelkezett. Utóbbihoz lásd Sallai, 2002: 151–152.
116
A belügyminiszter iratai között nem találtam a rendezvények megszervezéséről, lebonyolításáról szóló részletes visszajelzéseket, értékeléseket.
117
MOL K. 428. MTI „kőnyomatos” Hírek. Napi tudósítások. 1940. február 29. 33, 43–44, március 1. 25, 43, 45; Népszava, 1940. március 1. 3; Pesti Hírlap, 1940. március 1. 3. A székesfővárosban, illetve vidéken (vármegyék, törvényhatósági jogú városok részéről) március 1-jén is voltak díszközgyűlések, ünnepségek. Újság, 1940. március 1. 4; Pesti Hírlap, 1940. március 2. 4; MOL K. 428. MTI „kőnyomatos” Hírek. Napi tudósítások. 1940. március 1. 43, 45, 47, 49, 55, 60, március 2. 32, 41.
118
Reggeli Magyarország, 1940. március 1. 2–3. A hasonló beszédek elemzésének lehetséges szempontjaihoz lásd Szabó, 2003: 216–226.
119
Szintén a miniszterelnök tolmácsolta annak a 17 képviselőnek a „hódolatát”, akik az első, kormányzó választó nemzetgyűlés tagjai voltak. Esti Magyarország, 1940. február 27. 10.
120
Reggeli Magyarország, 1940. március 2. 2.
121
MOL K. 428. MTI „kőnyomatos” Hírek. Napi tudósítások. 1940. március 1. 15, 25, 40, 42, 44, 46, 48, 53, 60. és március 2. 1, 3–4, 6, 9–12, 14, 42, 44, 50–51.
122
Magyarság, 1940. március 3. 10; Vö. Szabó: 2006: 86–87.
123
Reggeli Magyarország, 1940. február 28. 7. és március 2. 2-3; Magyarság, 1940. március 2. 3; Dömötörfi (1990: 25).
124
Raffay Sándor evangélikus püspök szerint „A nagy magyar éjben olyan volt a megjelenése, mint a reggeli világosság […]. Mikor közibünk jött, úgy éledt fel ez az elalélt nemzet a rettenetes leveretés kábultságából, mint feltámadó hajnalra az elszunnyadt természet”. 8 Órai Újság, 1940. március 1. 2.
125
Nemzeti Újság, 1940. február 25. 11; Reggeli Magyarország, 1940. február 27. 3, február 28. 7. és március 2. 3; Pesti Hírlap, 1940. március 2. 3; Vö. Gergely (1984: 267).
126
Reggeli Magyarország, 1940. február 27. 3, február 28. 7. és február 29. 3.

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

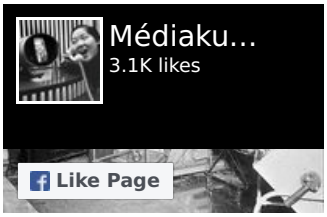
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság]

[Sajtószabadság Központ] (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media]

[Infokommunikáció és jog]



© [Médiakutató Alapítvány] 2000–2017. [Impresszum] [Szerzőinkhez]