

Tartalom

Új média

- Gayer Zoltán ,
Balog Barabás Tibor :
[Adatbiztonság, adattudatosság a közösségi hálózatokban](#) [109.48 kB - HTML]
- Szűts Zoltán :
[Az augmentált valóság média- és kommunikációelméleti hatásai](#) [79.47 kB - HTML]
- Ferencz Bettina ,
Rétfalvi Györgyi :
[Közösségi hálózatok és médiadisztribúció : a Nol.hu a Facebookon](#) [74.63 kB - HTML]

Jog

- Koltay András :
[A média tartalmi szabályozásának alkotmányossága az új magyar médiaszabályozásban](#) [104.03 kB - HTML]
- Dezséri Kálmán :
[A magyar médiatörvény a médiáról szóló európai vitákban : Egy negatív szimbólum kialakulásának folyamatáról](#) [80.13 kB - HTML]
- Gálik Mihály ,
Vogl Artemon :
[Az új médiakoncentráció-szabályozás első vizsgálója : aax Axel Springer és a Ringier kiadói csoport megghiúsult összeolvadása a magyar piacon](#) [101.19 kB - HTML]

Film

- Stóhr Lóránt :
[Feltépt sebek : Önreflexivitás a kollektív traumák dokumentumfilmes feldolgozásában](#) [60.54 kB - HTML]

Kritika

- Szajda Szilárd :
[A nyelvtudomány, a médiatudomány és a történettudomány metszéspontjában. Jobst Ágnes : A nyelv kisajátítása. A második világháború utáni média elemzése szótárral és szövegmutatványokkal című könyvéről](#) [40.26 kB - HTML]

-



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

Médiakutató 2011 őszi

Új média

[Gayer Zoltán](#) - [Balog Barabás Tibor](#):

Adatbiztonság, adattudatosság a közösségi hálózatokban

A közösségi média hálózatai átalakítják hagyományos tereinket, fogalmainkat, intézményeinket, viselkedési szokásainkat. E rendkívül friss, ugyanakkor folyamatosan változó területről jelen cikk az adatbiztonsághoz fűződő viszonyunk szempontjából foglalkozunk. A tanulmányban azt mutatjuk be, mennyire nem adattudatosak a Facebook felhasználói. A kísérlet, amelyben összesen 600 személyt vizsgáltunk meg, azt a kérdést járja körül, vajon hogyan viselkedünk, ha egy teljesen ismeretlen ember (valójában egy álprofil) ránk jelentkezik barátának. A vizsgálat adatai alapján megmutatjuk, hányan fogadnak el nem létező személyeket, és milyen tényezők befolyásolják az elfogadás/visszautasítás kérdését.

A web 3.0 jelenség aspektusai - bevezető gondolatok két tanulmányhoz¹

Nem kérdés, hogy a közösségi hálózatok gyökeresen alakítják át társadalmainkat. A web 2.0-jóslat, miszerint a tömegek is képessé válnak a médiatartalmak alakítására, mára majdnem idejétmúlttá válik, de nem azért, mert a tömegek nem alakíthatják az általuk fogyasztott tartalmat, hiszen nagyon is alakíthatják. Hanem azért, mert a hagyományos értelemben vett tömegmédiát szűnik meg, és létrejön egy új jelenség, amely látszólag körülveszi, kiszélesíti, behatárolja, valójában egy ismeretlen világ felé tolja a jelent, amelyet csak a nagy jóslatokhoz visszalépve érthetünk meg. Két jóslatról szólnék: McLuhan sokat hangoztatott „a médium az üzenet”-elképzeléséről (McLuhan, 1964), és a web 2.0-ás fordulatról. Röviden: amellyel fogok érvelni, hogy a web 2.0-át felváltja a web 3.0, amely a közösségi hálózatok egymásmellettségének világa.

Amikor Tim O'Reilly 2004-ben web 2.0-nak nevezte el azt az akkor újnak érzékelt jelenséget,² amelyet az internetguruk és -jósok már az 1990-es években a web alapvető tulajdonságának láttak (Czeizer, 1997), semmi mást nem tett, mint megalkotott egy fogalmat arra, amit mindannyian érzékelhettünk: elkezdődött a hagyományos, hierarchiára épülő társadalmak lebontása, átalakulása. Amit most, a 2010-es évtized kezdetén látunk, nem más, mint e folyamat hipersebességre kapcsolása. A közösségi médiumok, közösségi hálózatok világát azért nevezzük web 3.0-nak, mert mindazt, amit a web 2.0 az emberek kezébe adott, de lehetőségeivel nem éltek, a web 3.0 világában az emberek megfogják, és használják is. A web 3.0 a web 2.0 kiterjesztése.³

McLuhan híres esszéjében négy nagy korszakról beszél (McLuhan, 2001); mindegyiknek lényegi eleme egy-egy találmány, illetve egy-egy fő médium, amely a korszakot meghatározza. A *törzsek korában* a beszéd a maga hallható és elszálló, éppen ezért a csoportot összetartó természetével, az írásbeliség korszakában az írás, a maga lineáris logikájával, amely tökéletesen különbözik a korábbi korszak gondolkodásmódjától, s amelyre tudományaink épülnek. Ezután következik a *nyomtatás kora* a lineáris logikát a világra rákényszerítő erejével, amelynek legfontosabb hatása a linearitás autoritásának elterjesztésében áll. S jön végül - McLuhannál végül - az *elektronika kora*, amely mindent visszafogat, de nem egészen a kezdetekhez, mert ugyan a törzsek korát hozza el újra, csak éppen globális méretekben. A globális törzsek pedig, mint mindannyian látjuk, ott ülnek a Facebookon, a Twitteren, a Tumbleren és - legújabban - talán a Google+-on, hogy határokat, autoritást, hierarchiát el nem ismerve, bontsák le az évszázadok alatt felépített intézményeket. Véleményem szerint egy kérdés van csak: mely intézmények maradhatnak? Mert az, hogy szinte minden változik, nem kérdés.

E tanulmányban nem szeretném tételesen körüljárni azt, mi mindent alakít át a web 3.0; elég csak elővennünk az 1990-es évek teoretikusait, vagy akár korábbról Daniel Belltől és Alvin Tofflertől Manuel Castellsen át egészen a magyar szerzőkig, például Z. Karvalics Lászlóig sokakat (a témáról lásd például Griffin, 2003; Habermas, 1993; McLuhan, [1962] 2001, Castells, 2005a, 2005b; Webster, 1995; Toffler, 2001; Bell, 1976). E szerzők munkáit áttekintve és kiegészítve azzal, amit ma látunk a közösségi hálózatok működéséből, leírhatjuk, hogy megváltozik:

- *a gazdaság* - ha másért nem, mert a „one-to-many” szisztémájából átfordul a „many-to-many” rendszerébe.⁴

Ennek evidens következménye lesz mind több olyan kisvállalkozás megjelenése, amely a globális piacra ad el keveset, rendkívül kis nyereséggel, de rendkívül kicsi költségvonzattal. Ez a sok kicsi nagyon nagy mértékben harap ki szeleteket a nagyok tortájából. Ma ugyan még vannak olyan boltok, bevásárlóközpontok, amelyekben mindent megkapunk egy helyen. Nem kérdéses azonban, hogy nekik egyre kevésbé lesz jövedelmező versengeni saját beszállítóikkal. Ez a millió kis üzlet világához vezető út, amelyben azt kell tudnod, kitől vásárolj és mit, hogy meg is kapd az árudat. De emellett megváltozik:

- *az oktatás* – ha másért nem, mert a tanárok felveszik kapcsolati hálózataikba saját diákjaikat és ezáltal lebomlanak a „tisztelet falai”, s helyette eljön a partnerségen alapuló közös megbecsülés.⁵ Megváltozik, mit megváltozik, kifordul a világból:
- *a média* – ha másért nem, mert minden egyes embernek saját szerkesztősége és így saját szerkesztett médiája van, ezt hívjuk ma Facebooknak. A Facebook azért zseniális találmány, mert minden egyes felhasználónak van egy 200–300 fős, olykor ennél jóval nagyobb, akár ezer fős szerkesztőségi csapata. Ez a csapat ingyenesen szolgáltatja, szerkeszti neki a tartalmat, amivel aligha verenezhethetnek a hagyományos médiumok, ide sorolva az olyan online újságokat, portálokat is, mint az Index vagy az Origo.⁶ Ugyancsak változni fog:
- *a reklámozás* – ha másért nem, mert változik a média. Változni fog:
- *a hatalomgyakorlás* – ha másért nem, mert az emberek torkán már nem lehet bármit lenyomni az új típusú média segítségével. Mert az emberek ismét tudnak beszélni egymással.⁷ A globális médiában ripsz-ropsz létrejönnek az ellenálló törzsek, és ma még csak sejtelmünk sincs arról, mennyire más „tisztesség” fog uralkodni abban a világban, amelyben a politikai pártokkal nem más pártok, hanem politikai szabadcsapatok harcolnak majd a kibertérben, mint manapság a hackerek egymás közötti küzdelmükben.

Nemsokára az lesz az érdekes, ha egy üzenet egységesen átmegegy, eljut a befogadókhöz, s nem az lesz a kérdés, hogyan akadályozzák meg a politikai üzenetek egysíkúságát, egy-egy irányvonal dominanciáját. E változások bekövetkeztének nagyjából tíz évet gondolok most, vagyis azt az időt, amikorra mindenki számára evidens lesz, hogy bizonyos falak lebomlottak. Gyökeres lesz a változás. Egyesek vissza fogják sírni a televízió korát, a televízióét, amely – csak most fog kiderülni – tele volt szocializációs funkciókkal, lehetővé téve valamiféle közös tudást, közös élményanyagot. Ez a web 3.0 korában elillan, hiszen itt már csak mémek lesznek (lásd Dawkins, 1986), amelyek – a kívülálló számára – kiszámíthatatlan módon söpörnek végig a felhasználói csoportok különböző törzsein. A Facebook által elhozott változás valóban forradalom. Forradalom, mert megváltoztat mindent, átformálja a világot, megváltoztatja annak alapjait, mert a McLuhan-gondolat médiuma, a fő médium ma a közösségi médium.⁸

Az új világnak – hívjuk így: a Facebook világának, vagy másképpen a web 3.0 korszakának – egyelőre nemhogy elméletei nincsenek, de még leírásaiból is kevés van. Érthető ez, hiszen a Facebook nagyjából 2007-tel induló karrierje⁹ óta eltelt négy év nyilvánvalóan igen kevés időt ad a komolyabb elméleti megállapításokhoz, ráadásul maga a felület is folyamatosan változik. Amit most alább leírunk, nem lesz már érvényes egy év múlva, éppen ezért próbáljuk mindig azt is rögzíteni, hogy milyen feltételek közepette kutakodtunk, és arra is törekszünk majd, hogy megállapításaink minél inkább elemelhetővé váljanak a konkrét médiumtól, vagyis ez esetben a Facebooktól.¹⁰

Két kutatás eredményeit szeretném közölni: előbb Balog Barabás Tiborral, szakdolgozómmal közösen jegyezve a közösségi médiumok felhasználóinak adattudatosságáról, s később egy saját kutatást, amelyet mintegy háromszáz hallgató segítségével végeztünk arról, milyen tartalom és miért menő, illetve nem menő a Facebookon.

Adatbiztonság, adattudatosság a közösségi hálózatokban

Vizsgálatunk, amelyet 2010 őszén Balog Barabás Tibor szakdolgozatához indítottunk el (Balog, 2011), a Facebook és az adatbiztonság kérdését járja körül. Az a kérdés foglalkoztatott minket, hogy vajon mennyire járunk el körültekintően akkor, amikor Facebook-ismerőseink közé valakit felveszünk, különösen, ha az illető maga jelentkezett ránk. Ennek érdekében elindítottunk négy Facebook-profilt,¹¹ és azt vizsgáltuk, hogy egy véletlen mintavételi eljárásban a látókörünkbe kerülő személyekre barátként rájelentkezve vajon hányan igazolnak minket vissza, illetve hányan utasítanak el.¹² Emellett természetesen arra is kíváncsiak voltunk, hogy a négy különböző profil közül melyik és miért kap több vagy kevesebb megerősítést, visszajelzést, vagy konkrétan: kit fogadnak el ismerősnek, barátnak, s kit kevésbé, vagy egyáltalán nem. A négy profil a következő volt:

- *Átlagos Zsolt* – átlagos képpel és tulajdonságokkal rendelkező fiú
- *Széplány Nóra* – egy szóke szépség
- *Nyereményes Csaba* – a későbbiekre egy nyereményjátékot ígérő fiú
- *Arcnélküli Ákos* – egy fénykép és információ nélküli átlagfickó

Mintavétel

Mint fentebb említettük, egyik accountunk, Átlagos Zsolt már korábban, a kutatás megkezdése előtt hónapokkal létrejött, s volt is neki néhány barátja, leginkább a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola diákjai, dolgozói, és azok néhány ismerősének köréből, összesen mintegy huszonötten. A továbbiakat tettük:¹³

Kiindultunk Balog Barabás Tibor egyik véletlenszerűen kiválasztott ismerőséből¹⁴ és onnan kiindulva összeállítottunk egy olyan adatbázist, amely hólabda módszerrel épült fel. Minden egyes személynél vettünk két személyt, a 3. K betűset, és a 8. N betűset.¹⁵ Ezután ugyanezen elv szerint haladtunk tovább, egészen addig, amíg az adott illetőnél láthatóak voltak az ő ismerősei is anélkül, hogy mi már ismernénk azt a személyt. Ha ugyanis valaki a személyes beállításokban letiltotta, hogy idegenek is láthassák ismerőseinek listáját, akkor itt nem tudtunk

továbbhaladni, egészen addig, amíg ismerősi kapcsolatba nem léptek velünk, azaz el nem fogadták ismerősi felkérésünket. Ha valaki a véletlen folytán másodszer is belekerült volna a mintába, akkor automatikusan az éppen eggyel alatta lévő került be helyette. További részletes leírást a mintavételről Balog Barabás Tibor szakdolgozatából idézve lásd a végjegyzeteknél.¹ Így összességében összeállt egy 600 fős minta, amelyből a végjegyzetben leírt, meglehetősen nehézségeken is átvergődő módon, de végül bejelöltünk minden avattal¹⁶ 300 és 600 közötti személyt.¹⁷ Az elemzést az így létrejövő adatbázison végeztük el.

Kinek látszik a fala?

Az általunk megtalált személyek fele-fele arányban nyitottak annyira a világra, hogy megmutatják mindenkinek, tehát az ismeretleneknek is, Facebook-falukat, vagyis azt a felületet, amelyen tulajdonképpen majdhogynem mindent meg lehet tudni facebookos aktivitásukról.¹⁸ Erről a felületről kiindulva gyakorlatilag szinte minden kideríthető egy emberről: kiket szeret, kikkel van gyakoribb kapcsolatban, milyen az ízlése stb.

1. táblázat: A Facebook-felhasználó fala látható-e mindenki számára? (százalékban, n=598)

esetszám arány

Facebook-fal látható	301	50,3
Facebook-fal nem látható	297	49,7

Hogy valaki mutatja-e a falát, úgy tűnik, nem függ a nemétől, de függ más tényezőktől. Azok közül, amelyeket mértünk, elsősorban a hasonló változóktól, vagyis olyan egyéb kérdésektől, amelyek összefüggésbe hozhatók az illető adatérzékenységgel. Így például azok, akik önmagukról egyéb információkat is megmutatnak – azaz az „infó”-részben olvasni lehet róluk adatokat –, jóval nagyobb arányban engedik bárkinek megnézni a falukat (68 százalék), mint azok, akik az „infó”-részt a Facebookon elrejtik mások elől (nyolc százalék), lásd az 1. ábrát.

1. ábra¹⁹: A facebook felhasználó wall-ja (fala) látható-e mindenki számára – aszerint, hogy mutatja-e mindenkinek az „INFO” részt (százalékban, n=598)



Az eredmény tehát arra utal, hogy rendkívül erős az együtthatás e két változó között, vagyis vélhetően létezik egy konzisztens adatérzékenység-változó a háttérben, amely mindkettőt mozgatja. Ha csak az alapvető adatokat tekintjük meg, akkor látszik, hogy az „infó”-részt alapvetően az emberek nagyjából 70 százaléka engedi minden ismeretlennek megnézni, s csak 30 százalékuk zárkózik el mások elől ilyen szempontból.

2. táblázat: A Facebook-felhasználó „infói” láthatók-e mindenki számára (százalékban, n=598)

esetszám arány

láthatók az információk	423	70,7
nem láthatók az információk	175	29,3

Mindez azt támasztja alá, hogy van egy úgynevezett adatérzékeny csoport, amelynek tagjai valamilyen módon tudatosan védik bizonyos információikat mások szeme elől. Fontos kérdés lesz, hogy az adatérzékenyek vajon kevésbé veszik-e fel ismerősnek az ismertelen személyeket – a kérdésről később írunk.

Szinte ugyanilyen arányokat kapunk, ha azt nézzük meg, hogy az illető mutatja-e mindenki számára elérhető módon a barátait.²⁰ Alapvetően az emberek több mint 70 százaléka megengedi bárkinek, hogy a barátait „tanulmányozza”, s ez esetben is csak mintegy 27 százalék rejti el ezt az információt az ismeretlenek elől.

3. táblázat A Facebook-felhasználó barátai láthatók-e mindenki számára (százalékban, n=598)

esetszám arány

láthatók a barátok	438	73,2
nem láthatók a barátok	160	26,8

Azok között, akik nem mutatják meg a nagyvilágnak a barátaikat, döntő többségben vannak azok, akik az ismeretlenek elől elrejtik a falukat is (93 százalék), míg a barátaikat „közszemlére tevők” körében azok vannak többségben, akik mindenki számára láthatóvá teszik saját Facebook-felhasználói falukat is (66 százalék, lásd a 2. ábrát).

2. ábra: A facebook felhasználó wallja (fala) látható-e mindenki számára – aszerint, hogy mutatja-e mindenkinek a barátait (százalékban, n=598)



Ha kicsit közelebbről megnézzük, akkor kiderül, a Facebook-falunk megnyitása vagy elzárása az ismeretlenek elől attól függ, hogy mennyi a barátaink száma a Facebookon. Úgy tűnik, hogy a Facebookhoz való csatlakozást követő korai, ismerkedő szakaszban, valamint az „érett”, sok ismerőssel rendelkező fázisban kevésbé hajlandók az emberek megmutatni, mit írnak, miket jelölnek meg, kiket like-olnak e közösségi felületen.

Ezzel szemben a 120-tól a 360 ismerősig terjedő szakaszban a felhasználók sokkal inkább nyitottak tűnnek a világra, hiszen e csoportokban 58 százalék engedi láttatni saját falát, szemben a korai, kevés ismerőssel rendelkező szakaszban, ahol ez az arány csak 50 százalék. Legbezárkózottabbnak a 360 és 530 ismerőssel rendelkezők mutatkoznak,²¹ nekik csak 42 százalékuk nyitja meg a falát a publikum előtt (lásd a 3. ábrát).

3. ábra: A facebook felhasználó wall-ja (fala) látható-e mindenki számára - a barátok számának függvényében (százalékban, n=587)



Hasonló tendenciákat fedezhetünk fel, ha azt vizsgáljuk, az illető megmutatja-e barátait, ismerőseit bárkinek. A kevés kapcsolattal rendelkező friss felhasználó hajlamosabb rejteni ismerőseit (34 százalék), míg az ismerkedésbe belelendülők éppen ellenkezőleg, szinte mindenkinek engedik látni barátaikat, ismerőseit (náluk csak 14 százalék tiltja le ezt a lehetőséget) (lásd a 4. ábrát).²²

4. ábra: A facebook felhasználóbarátai láthatók-e mindenki számára - a barátok számának függvényében (százalékban, n=587)



Kis kitérő a barátok száma felé

Azt persze önmagában is érdemes megnézni, hogy a barátság szám tekintetében hogyan alakul mintánk.

Mindenekelőtt érdemes megállapítani, hogy nem célravezető a barátok számának alakulásáról átlagszámokban beszélni, aminek több oka is van. Az egyik, hogy - mint Barabási Albert László rámutat - a hálózatokat nem lehet skálákkal leírni,²³ éppen ezért nincs értelme átlagos barátság számot megjelölni.²⁴ Sokkal több értelme van tartományokat meghatározni. Így például látható, hogy az 50 és 500 közötti barátság számmal rendelkezik mintánk 76 százaléka, ezzel szemben 1000 és 5000 közötti ismerőssel a mintában szereplőknek alig öt százaléka bír (lásd a 5. és az 6. ábrát).²⁵

5. ábra: Barátok száma felhasználónként (százalékban)



6. ábra: Barátok száma felhasználónként (százalékban, barátok száma szerinti ötödölés arányainak jelölésével)



A gazdag egyre gazdagabb lesz²⁶

Barabási észrevette, hogy a hálózatokban azok a pontok, amelyeknek több kapcsolatuk van, nagyobb eséllyel szereznek újabbakat, mint a kevés kapcsolattal rendelkezők.

Amikor bejelöltük az embereket, észrevettük, hogy az idő haladtával az embereknek egyre több ismerősük lesz. Ha belegondolunk, maga a növekedés persze törvényszerű, de vajon mekkora ütemben növekszik a felvett kapcsolatok száma? 2011. március 15-én újra megvizsgáltuk annak a 100 embernek az ismerősszámát, akik az első körben, december 30-áig kerültek be a rendszerbe. Ez alapján látszott, hogy az embereknek átlagban 15 százalékkal megnőtt az ismerőseik száma röpke három és fél hónap alatt.

Ezután arra is kíváncsiak voltunk, vajon kiknek és milyen arányban növekedett barátaik száma. Az adatok alapján bebizonyosodott az - a mindennapi tapasztalat alapján is kikövetkeztethető jelenség -, hogy habár valóban vannak több, illetve kevesebb ismerőssel, azaz kapcsolattal rendelkezők, az nem igaz, hogy a már eleve nagy kapcsolatszámúak a skálafüggetlenség elvének megfelelően nagyobb mértékben is gyarapodnának. Sőt sokkal inkább fordítva: az alacsony kapcsolatszámúak „nagyobb sebességgel” haladnak az átlagosnak tekinthető kapcsolatszám, vagyis a 300-400-as mérték felé (lásd a 7. ábrát).

7. ábra: Barátok számának gyarapodása a személy kiinduló száma szerint (százalékban, n=100)



Ennek ellenére azért a barátság szám növekedésénél is észrevehető bizonyos „megtorpanások”. Míg ugyanis a 368 és 530 közötti ismerősszámúaknál nem volt olyan, akinek a növekedése elérte vagy meghaladta volna a 30 százalékos ütemet, az 530 feletti barátság számmal rendelkezők csoportjában ismét találunk ilyeneket. Az, hogy a barátok számának alakulása nem követi a Barabásiék hálózatokra vonatkozó vizsgálatait alapján elvárt skálafüggetlenséget, vélhetően azzal magyarázható, hogy egy idő után a Facebook-felhasználók észreveszik: minél több az ismerősük a Facebookon, annál érdekesebb lehet saját hírfolyamuk tartalma,²⁷ s ezért kicsit tudatosabban törekednek a minél több kapcsolat elérésére.

Adatérzékenyek

Visszatérve az adatérzékenység kérdésére: létrehoztunk egy olyan változót, amelynek három értéke megmutatja,

az illető mennyire tartja rejtve mások előtt saját adatait. A mintánkban szereplő személyek közel fele, 280 ember mindhárom területen nyitva hagyja adatait, azaz akiknek Facebook-accountjuk van, azok közül bárki megtekintheti azokat. Őket nevezhetjük nyitottnak vagy naivnak – mindenesetre ez a csoport talán még csak nem is gondolt rá, hogy ezzel a kérdéssel törődni kellene. E csoport egy része bizonyára tudatosan „nyitott”, más része pedig egyszerűen még nem is vette észre, hogy e kérdésnek jelentősége lehet.

Az előző csoporttal szemben a mintában szereplők nagyjából ötöde kifejezetten adatérzékeny, hiszen e társaság semelyik eddig tárgyalt információt nem adja ki önmagáról az idegeneknek (lásd a 8. ábrát).²⁸

8. ábra: Adatérzékenység megoszlása (százalékban, n=599)



A barátok száma szerint összességében a fentebb már jelzett tendenciák bontakoznak ki. A legkorábbi, belépő időszakot, amelyhez a legkisebb barátság szám kapcsolódik, illetve a 368 és 530 közötti ismerőssel rendelkezők táborát jellemzi egy kicsit erősebb adatérzékenység. A legnagyobb arányban a nagyon sok ismerőssel rendelkezők csoportjában találhatunk olyan embereket, akik teljesen elzárkóznak az ismeretlenek szeme előtt (27 százalékuk nem mutatja sem a falát, sem az információkat önmagáról, sem a fényképeket) (lásd a 9. ábrát).

9. ábra: Adatérzékenység megoszlása a barátok száma szerint (százalékban, n=599)



Ha megnézzük, kik is adatérzékenyek, igen érdekes eredményre bukkanunk, az adatérzékenység ugyanis az illető nemével nem úgy függ össze, mint azt előzetesen elképzeltük.²⁹ Mi legalábbis – józan logika szerint – nem azt várnánk, hogy a nők érzékenyebbek lennének adataikra,³⁰ míg a minta számai erre utalnak, ha nem is teljesen egyértelműen.³¹ A nők között azoknak magasabb az átlagosnál az aránya, akik csak egy-két beállításukban szigorúak, azaz csak „félíg-meddig nyitottak” (nőknél 35 százalék, férfiaknál 28 százalék ez a csoport, a 9. ábrán a „félíg-meddig nyitottak” kategóriában). Ezzel szemben a férfiak körében a „nyitottak”, vagyis a mindent megmutatók vannak felülreprezentálva (a férfiak 50, a nők 44 százaléka) (lásd a 10. ábrát).

10. ábra: Adatérzékenység megoszlása nemenként (százalékban, n=590)



Elfogadjuk-e az idegent?

Kutatásunk legfontosabb kérdése az volt, vajon hogyan reagálnak a közösségi médiumok, ezen belül a Facebook felhasználói arra, ha egy számukra valójában teljesen ismeretlen, idegen ember barátjának, ismerősnek jelentkezik rájuk. A válasz kissé meglepő, hiszen az összes megkeresés közel fele, 44 százaléka végződött azzal, hogy az illető kérdés nélkül visszaigazolta az ismerősei közé jelentkező személyt.³² A rájelentkezések mintegy öt százaléka végződött azzal, hogy az illető írt egy üzenetet a jelentkezőnek, az esetek felében, 51 százalékában viszont nem fogadták el a „barátkozási” felkérést (lásd a 11. ábrát).

11. ábra: Barátkérések elfogadása (százalékban, n=1740)



A négy avatar

Mint fentebb már említettük, a kutatás során négy különböző személyiséggel jelöltük ismerősnek az embereket; a mintavételt a végjegyzetben közöljük részletesen.

Átlagos Zsolt

Átlagos Zsolt már a szakdolgozati kutatás előtt létrejött.³³ Fényképe egy amerikai fiatalember Facebook-profiljáról származik. Ő megnyerő, jóképű, húszas éveiben járó fiúnak tűnik, ezen az egy fényképen kívül csak egy sebességmérő óra szerepel a profilképei között. Ritkán tett közzé valamit, akkor is általában valami „fiúsat”, új videojátékokról vagy focieredményekről.

Nyereményes Csaba

Nyereményes Csaba profilképe egy iPhone, és az információk részről kiderül róla, hogy valójában egy iPhone-hoz kapcsolódó nyereményjáték, nem is személy, habár a neve valóságos magyar név.

Széplány Nóra

Nóra egy szőke szépség, akinek nemcsak egy képe van fent, hanem több is, amelyeken barátnőivel bulizik, aerobikozik, néhány közülük kicsit „bátrabban szexi” is. Fényképei szintén egy nem magyar Facebook-felhasználótól származnak. Összességében rengeteg bökkést és like-ot kapott. Amikor Nóra közzétett valamit, mindig tipikus lányos, bulizós bejegyzések voltak.

Arcnélküli Ákos

Ez az avatarunk semmilyen információt, sem fényképet nem adott meg magáról, ráadásul neve is egy nagyon gyakori magyar név. Mindnyájunknak van legalább egy Nagy Ákos, Kiss Ákos, Kovács Ákos nevű ismerőse. Ő lehet egy elfeledett régi osztálytárs, a szomszéd osztályon dolgozó munkatárs, bárki. Olyanvalaki, akinek nem emlékszünk pontosan a nevére, csak a becenevére, és miért is ne lehetne ő az – ebben állt a profil igazi erőssége. Ákos az egész kutatás alatt teljesen jellegtelen maradt. Ha posztolt, akkor is csak nagy általánosságokat, és semmit nem közölt magáról. Például: „De szépen kisütött végre ma a nap.”

Ha összehasonlítjuk az összes bejelölést és visszaigazolást, akkor két „személynél” találunk az átlagostól jelentősen eltérő viselkedést: Nyereményes Csabát jóval többen nem fogadták el barátának (58 százalék, lásd a 11. ábrát), azon belül is főként a nők utasították vissza (lásd a 13. ábrát). Emellett feltűnő, hogy Széplány Nórának az átlagosat jóval meghaladó mértékben írtak vissza e-mailt (tíz százalék), ami viszont – mint lentebb látható majd – leginkább a férfiakra volt jellemző (lásd a 14. ábrát). Csabának üzenet is elenyésző számban érkezett, amit annak tudhatunk be, hogy nyilván mindenki értette, hogy ő valójában nem is egy személy, hanem egy készülő nyereményjáték. Ellenben a Nórának küldött nagyszámú levél azt mutatja meg, hogy az ő barátsága bár csábító, de egyben kissé gyanús is volt. Ennek ellenére visszairásokkal együtt még így is 45 százalék fogadta el a felkérést, hogy legyen Nóra barátja.³⁴

12. ábra: Elfogadás a jelentkező személye alapján (százalékban, n=1740)



Kifejezetten érdekes, hogy a nők a barátkozási kéréseket átlagosan jóval nagyobb arányban, mintegy tíz százalékkal többen utasították vissza, mint a férfiak. Míg a férfiak közel fele, 48 százaléka fogadta el minden probléma nélkül a rájuk jelentkező ismeretlen személyt, addig a nőknek csak 40 százaléka fogadta el az ismerkedési próbálkozásokat (lásd a 13. ábrát).

A barátok számát tekintve egyrészt látható egy olyan tendencia, miszerint a Facebookon több baráttal rendelkezők nagyobb eséllyel fogadják ismerősnek a rájuk jelentkező személyt, másrészt itt is látszik, hogy a 368–530 ismerőssel rendelkezők megtörik ezt a majdhogynem lineárisnak mondható tendenciát (lásd a 12. ábrát).

13. ábra: Barátkérések elfogadása nemek és barátság szám szerint (százalékban, n=1740)



Szintén érdekes, hogy Arcnélküli Ákost inkább havernak tekintették a férfiak, mint a nők (53 és 41 százalék). Az talán kevésbé meglepő, hogy Széplány Nóra barátkozási szándékát inkább elfogadták a férfiak (47 százalék), mint a nők (35 százalék). Nórának levelet is a férfiak írtak többen (16 százalék, szemben a nők öt százalékával), és persze visszautasításban az ő esetében a nők jártak élen (61 százalékuk utasította el Nóra barátságát). Szintén komoly, és ugyanilyen irányú, bár kicsit szerényebb összefüggést mutató kapcsolat látható Nyereményes Csaba esetében is: őt is a férfiak körében fogadták el nagyobb mértékben, hiszen körükben 45 százalék, a nők esetében pedig csak 36 százalék fogadta szívesen a kapcsolatfelvételi szándékot (lásd a 14. ábrát).

14. ábra: Az egyes személyiségek barátkérésének elfogadása nemek szerint (százalékban, n=1716)



Ha az egyes avatarok esetében a barátok száma szerint vizsgáljuk meg az elfogadás kérdését, alig találunk eltérést az átlaghoz képest. Ami mégis a leginkább eltér az átlagos viselkedéstől, az Széplány Nóra esetében a levélírók aránya, és azon belül is a közepes számú baráttal rendelkezők szokatlan aktivitása e téren. Akiknek a barátainak a száma 239 és 363 közötti volt, jóval nagyobb arányban írtak Nórának (20 százalékuk), mint mások (lásd a 15. ábrát).

15. ábra: Az egyes személyiségek barátkérésének elfogadása a meglévő barátok száma szerint (százalékban, n=1716)



16. ábra: Az egyes személyiségek barátkérésének elfogadása a meglévő barátok száma szerint (százalékban, n=1716)



Megvizsgáltuk azt is, vajon javul-e a barátkérés elfogadásának esélye abban az esetben, ha a barátként jelentkező személynek és a megkeresett személynek vannak már közös ismerősei. Azt vártuk, hogy a közös barátok megléte javítja az elfogadás esélyeit, aminek elméletileg több oka is lehet. Például nyilvánvalónak látszik, hogy az valamilyen ellenőrzöttséget, valamiféle garanciát jelent, ha a barátként jelentkezőt más már elfogadta barátként. Minden egyes közös barát tekinthető egyfajta szűrőnek, indikátornak a tekintetben, hogy az illető vélhetően létező személy. Az adatok elemzése alapján viszont az látszik, hogy az előzetes elvárásunknál talán egy kissé szerényebb mértékben, nem egészen tíz százalékkal segíti elő a barátkozást a közös barátok megléte (lásd a 16. ábrát).

17. ábra: Elfogadás a közös ismerősök megléte alapján (százalékban, n=1740)



A közös barát³⁵ mindenki elfogadásán segített, kivéve Széplány Nórián. Nagyon érdekes, hogy Széplány Nórán nemhogy nem segített a közös barátok megléte, hanem kifejezetten rontott a barátkérelem esélyein, ha Széplány Nóra és a megkérdezett közös barátokkal is rendelkezett. Míg Nóriának közös barát megléte esetében 61 százalékos volt az elutasíthatósága, ha nincs senki, aki még közös barát lenne, már csak 48 százalékban utasítják vissza (lásd a 18. ábrát).

18. ábra: Az egyes személyiségek barátkérésének elfogadása közös barátok megléte szerint (százalékban, n=1716)



Szintén érdekesnek mondható, hogy a barátkérések tekintetében azok viselkednek az átlaghoz képest eltérő módon, akiknek adatvédelmi beállításai nem mutatnak konzisztenciát. Komoly, mintegy 15-20 százalékos eltérést mutatnak az adatvédelmi beállítások tekintetében „zártnak” (51 százalék) és „teljesen nyitottnak” mondható személyek (49 százalék) az idegenek elfogadása tekintetében az ilyen szempontból inkonzisztensnek mondhatókhoz képest (32 százalék). Az egy nehezen megválaszolható kérdés, hogy mindez mit jelent, hogy az amúgy „zárt” beállításokat megvalósítók inkább elfogadják az ismeretlenül rájuk jelentkezőket, mint a „félíg-meddig nyitott” adatvédelmi beállításokkal rendelkezők. Elképzelhető, hogy ennek az az oka, hogy az amúgy kemény beállítási korlátok után is megjelenő személyekről már eleve gondolhatja azt valaki, jogosan jutott el hozzá, hiszen kívülről, ismeretlenül őt nehezebb megtalálni. Tudni kell azonban, hogy - mint fentebb jeleztük - a „félíg-meddig nyitottak között” nagyobb arányban találunk nőket, és a nők - mint a 11. ábrán látható - gyanakvóbbak az idegenekkel szemben. Az már nem meglepő, hogy a Facebook-falukat az idegenek elől elrejtők inkább visszautasítók (56 százalék), mint a falukat nyitva hagyó személyek (46 százalék) (lásd a 19. ábrát).

19. ábra: Barátkérések elfogadása adatérzékenység és facebook fal megmutatása szerint (százalékban, n=1740)



Mindezek után még egy érdekességet hadd mutassunk meg, egy hálózati szemléletű problémát: hogyan néz ki egy normál, valós személy, és egy ilyen módon létrehozott avatar szociális hálózatának térképe. Ne legyen kétségünk, a mintavétellel létrehozott személyiségek és a valódi személyiségek mögött meghúzódó kapcsolatháló tökéletesen különbözik.

Nézzük csak meg a az alábbi ábrákat. A SocialGraph-on³⁶ az van közelebb másokhoz, aki sok szállal kötődik a körülötte lévőkhöz. Az algoritmus közeli csoportokba húzza a valós csoportokat.³⁷

Vegyünk először szemügyre egy zárt csoportot, amelynek meglehetősen egyértelmű a mintázata:



A képen jól látszik, hogy ez egy olyan, három egységből álló, zárt csoport, amely valamilyen mesterséges úton jött létre. Egyértelmű körök vannak, amelyek mindegyike egy-egy szakhoz kötődik, összesen a három társaság egy évfolyamot alkot egy BKF-es képzésen.

A következőkben nézzük meg, hogyan néz ki a valamilyen mintavételi algoritmus mentén kialakuló álszemélyiség social graph-ja:



Egy másik férfi identitásunk:



És a lány identitásunk:



Látszik, hogy kicsi a behálózottság, nagyon kevesen ismerik egymást, inkább csak kis csoportokban, amúgy ezen kívül különálló egyes személyeket vagy kis, zárt közösségeket találunk.

És végül tekintsük meg, hogyan néz ki egy valódi személyiség social graph-ja:



Teljesen egyértelműen látszik, a valós identitás kapcsolathálózata tökéletesen másképpen néz ki, mint egy áldentitásé. Ennélfogva azt is mondhatjuk, elég csak megnéznünk valakinek a social graph-ját a Facebookon, és már meg is tudjuk mondani, hogy valódi vagy csak kreált személyiség. Már csak egy fontos tényező hiányzik ehhez.³⁸

S még egy kép: egy olyan személyiség social graph-ja, amely valós személynek álnév mögötti személyiségét jelöli, facebookos néven egy trollt:



Különös észrevételek a kutatás során

A - mondjuk így - kvantitatív szakasz után némi kvalitatív érdekességet is hadd fűzzünk a kutatáshoz. A vizsgálat során a felhasználók visszajelzése volt a legfurcsább. Sok kellemes percet szereztek nekünk a hol kedves, hol agresszívabb üzenetek. A vizsgált emberek két százaléka, azaz 12 ember a kutatás során virtuális öngyilkosságot követett el. Ez azt jelenti, hogy vagy törölte magát a rendszerből, mintha soha nem is létezett volna a Facebookon, vagy a rendszer törölte le, vagy pedig új adatlapot hozott létre, ezzel mintegy új életet kezdve. Az oldalon egyébként van arra lehetőség, hogy ha valaki tényleg elhunyt, akkor a barátai töröltethessék a profilját, és helyette egy emlékdalt hozzanak létre. Mivel a Facebookon a felhasználók száma közel 500 millió, ezért sajnos ez a probléma elkerülhetetlen.

Érdekesség még, hogy a mintába bekerült F. Dávid magyar énekes, akinek 4968 ismerőse volt, amikor utoljára láttam. Ő a bejelöléseimre válaszul egy kedves üzenetet írt, amelyben biztosított, hogy nem gorombaságból nem jelöl vissza, pusztán már nem tud több embert felvenni. Létrehozott viszont egy olyan korlátlan létszámú page-t, azaz oldalt, amit ő kezel, és ott is interakcióba tudok lépni vele. Megkértem tehát, hogy inkább ott keressem. Ez egy újabb megerősítése annak, hogy a Facebook - és még néhány más közösségi médium - elterjedésében nagy szerepe volt a sztárok megjelenésének. Dávidnak valószínűleg korántsincs akkora rajongótábora, mint egy Lady Gagának, mégis már szinte maximálisan kihasználta a Facebookon lévő 5000 ismerőst.

Találkoztunk nagyon különleges profilokkal is. Akadtak, akik annyira adatérzékenyek voltak, hogy csak akkor tudtuk őket bejelölni, ha már volt közös ismerősünk. Volt egy olyan kedves, szimpatikus hölgy is, aki úgy védekezett az ismeretlenek ellen, hogy kiírta a „magamról” részbe, hogy „NEM ISMERSZ! NEM JELÖLSZ!” Találkoztunk viszont a másik véglettel is. T. János azt írta ki, szintén a „magamról” részbe, hogy: „Jelölj bátran!”. Jánosnak ebből kifolyólag 2800 ismerőse volt. Egy hölgy, R. Hajni pedig - miután visszajelölt ismerősnek - kiírta a falunkra, hogy „köszönöm a jelölésed”.

Természetesen a legizgalmasabb az volt, hogy a különböző profilokat ugyanazok az emberek különbözőképpen kezelték.

Nóra, ahogy azt vártuk, nagyon népszerű lett a férfiak körében. Sokan like-olták a képeit, kiírásait, és sokan meg is bökték. A facebookos közegben ezek mind a „tetszel nekem” megnyilvánulásai. El kell mondjuk, hogy hét férfi még be is jelölte ismerősnek. Ez elég komikusan hat, amikor egy olyan lányról beszélünk, akit nyilvánvalóan nem ismerhetnek. M. Károly nevű felhasználó eléggé érdekesen reagált. Amikor Átlagos Zsolttal bejelöltük, akkor írt egy e-mailt, hogy kik is vagyunk, ezután két hétre rá megint írt egyet, hogy: „Ha nem mondom meg, hogy ki vagyok, akkor nem fog visszajelölni!” Kis idő múlva Nóra bejelölte, amit viszont azonnal boldogan visszaigazolt.

A kapott e-mailek hangneme is változott a különböző profilokban. Átlagos Zsoltnál az volt az általános, hogy az emberek mentegetőztek, hogy: „Jaj, rossz a memóriám” vagy: „Bocsi, de hirtelen nem ugrasz be.” Ádámnál egyértelműen a képeket hiányolták majdnem az összes e-mailben. Érdekes volt, hogy a fentebb említett R. Hajni, aki Átlagos Zsoltot nem csak hogy visszaigazolta, de még hálás is volt érte, Ádámnál visszakérdezett, és vissza sem jelölte.

Kiderült, hogy az emberi udvariasság, ahogy az emberi naivság, úgy tűnik, végtelen. A Facebook minden nap kiírja, hogy aznap éppen melyik ismerősödnek van születésnapja. Ekkor általában az emberek írnak egy születésnapra köszöntés azoknak, akikkel vannak olyan jóban, hogy felköszöntsék. Nórának úgy voltak beállítva a személyes adatai, hogy március 21-én volt a születésnapja. Öt ember köszöntötte fel, akikből - mondanunk sem kell - négy fiú volt. Az igazán érdekes viszont az egy darab lány volt. Sz. Karolinnak több mint 2500 ismerőse van, és Nórának, akit biztosan nem ismer, írt születésnapra üdvözlést. Ezután megnéztük az adatlapját, és kiderült, hogy ez a hölgy már annyira a Facebookon él, hogy reggel, miután valószínűleg bemegy dolgozni, az első dolga, hogy a Facebookon végig köszönt mindenkit, aki az ismerőse.

Irodalom

Balog Barabás Tibor (2011): *Hogyan érvényesüljünk a web 2.0-ás közegben, s mik ennek a veszélyei.* Szakdolgozat. Budapest: BKF.

Barabási Albert-László (2011): *Behálózva.* Budapest: Helikon.

Bell, Daniel (1976): *The Coming of Post-Industrial Society: a Venture in Social Forecasting.* New York: Basic Books.

Castells, Manuel (2005a): *Az információ kora - Gazdaság, társadalom és kultúra I. kötet: A hálózati társadalom kialakulása.* Budapest: Gondolat.

Castells, Manuel (2005b): *Az információ kora - Gazdaság, társadalom és kultúra II. kötet: Az információs korszak.* Budapest: Gondolat.

Czeizer Zoltán (1997): *Játék és tanulás az Interneten Educatio, 4. sz.*

Dawnkins, Richard (1986): *Az önző gén.* Budapest: Gondolat.

Griffin, Em (2003): *Technológiai determinizmus. Marshall McLuhan (24. fejezet) In. uő.: Bevezetés a kommunikációelméletbe.* Budapest: Harmat.

Habermas, Jürgen (1993): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása.* Budapest: Gondolat.

Héra Gábor & Ligeti György (2005): *Módszertan. A társadalmi jelenségek kutatása.* Budapest: Osiris.

McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: Mentor Book.

McLuhan, Marshall (2001): *A Gutenberg-galaxis: a tipográfiai ember létrejötte*. Budapest: Trezor.

Sas István (2008): *A „visszabeszélőgép”, avagy az üzenet Te vagy!* Médiakutató, ősz.

Schudson, Michael (1978): *Discovering the News*. BasicBooks/HareperCollinsPublishers.

Toffler, Alvin (2001): *A Harmadik hullám*. Typotex: Budapest.

Webster, Frank (1995): *Theories of the Information Society*. London: Routledge.

Végjegyzet

Itt nagyrészt szó szerint idézzük Balog Barabás Tibor szakdolgozatának idevonatkozó részletét, ahol a kutatás menetét, a közben előforduló problémákat elemzi:

A kutatás a következőképpen zajlott: Miután rátaláltam egy emberre, beviszem az adatait egy adatbázisba. A nevét, a linkjét, hány ismerőse van, fiú-e vagy lány és, mik azok az adatok, amelyeket mindenkivel megoszt. Ebből az adatbázisból naponta megpróbáltam 20-20 embert bejelölni minden egyes avatarral. A kutatás során teljesen véletlen sorrendben jelöltem be az embereket. Amennyiben volt közös ismerőse az avatarnak a bejelölni kívánt személlyel, akkor azt is beírtam az adatbázisba.

Minden egyes barátunk a visszaigazolásáról üzenetet kaptam, amit szintén regisztráltam. Emellett figyeltem a különböző egyéb reakciókat is.

Sokan voltak, akik írtak üzenetet, megkérdezték, hogy ki vagyok. A kutatás elején megegyeztünk, hogy nekik nem válaszolunk semmit, mivel egyfelől nem tudtunk volna mit, másfelől annak ellenére, hogy nem válaszoltunk, sokan mégis visszajelöltek, ami szintén egy fontos szempont. Ezeket az adatokat is ugyanabba a táblázatba vezettem fel.

A négy avatart teljesen külön vezettem, tehát csupán annyi átfedés van köztük, hogy mindet én irányítom, és ugyanabból az ismerősi mintából dolgoznak.

A mintavétel során mind kvalitatív, mind kvantitatív dolgokat vizsgáltam. Kvantitatív lett az a táblázat, ahol összegeztem, hogy hány ember jelölt vissza engem, kvalitatív pedig az a része, amikor üzenetet írtak, hogy ki miért nem jelöl vissza.

A mintavétel során sok hiba lépett fel, de ezeket próbáltuk a legkisebb torzulással megoldani. A kutatásban hólabda módszert használtunk, szigorú szabályokat betartva. „Ezt az eljárást általában olyan csoportokkal kapcsolatban használják, amelyek milyenségét nem tartja nyilván lista, vagy egyenesen tilos nyilvántartani” (Héra & Ligeti, 2005: 68). Mivel a Facebookon szereplő emberek sokaságáról egyáltalán nincsen lista – kivéve a Facebooknak magának –, ezért ez a módszer volt a legtökéletesebb számunkra.

A hólabda módszer azt jelenti, hogy egy kutatásba bevont ember megadja nekem pár ismerősét, és következő lépésként őket vonom be a kutatásba, akik szintén megadják nekem az ismerőseiket, és így tovább. Ez a gyakorlatban azt jelentette, hogy a vizsgált személynek, akit bevettem a kutatásba, megnéztem az ismerőseit, és onnan választottam ki egy szisztéma szerint azt, akit szintén beveszek:



Az első embert a saját Facebook-accountomról választottam ki. Teljesen találomra, az első G betűs embert, akit a kereső kidobott.

Ezután ennek az embernek megnéztem az ismerőseit, és közülük kiválasztottam a harmadik K betűs ismerősét és a nyolcadik N betűset, majd a hólabda módszer szerint haladtam ugyanígy tovább; a betűket és a számokat a kutatás elején véletlenszerűen jelöltük ki. E kutatási módszer folyamán fellépő problémákra is írtunk egy szabálysort.

- Amennyiben a személynek két N betűs ismerőse van, akkor fölülről számolva, folyamatosan újrakezdve számolom le.
- Ha valaki nem engedélyezi a Facebookon, hogy láthassam mint idegen az ismerőseit, akkor a kutatás az ő oldalán – ameddig nem engedélyezi – vagy vissza nem igazol, befejeződik. Addig egy másik szálon haladunk tovább.
- Amennyiben a vizsgált személynek nincs N és/vagy K betűs ismerőse, akkor a harmadik A betűset nézem meg.
- Ha valaki a véletlen folytán másodszor is bekerülne a mintába, akkor automatikusan az éppen eggyel alatta lévő kerül be helyette.

Mivel a Facebook nemzetközi, ezért nem tudtuk csak a magyar facebookozókat vizsgálni. Igaz, magyar felhasználóktól indultunk el, de a hólabda módszer miatt a kutatás több ágán külföldi felhasználók is szerepeltek. Ezt a terjedést még szűrővel sem tudtuk volna megállítani, hiszen a Facebookon ki számít magyar felhasználónak? Akinek magyar a neve? Aki Magyarországot jelölte meg lakhelyének? Akinek sok magyar ismerőse van? Egyik módszer sem garantálja biztosan, hogy csak magyarok legyenek a mintában. Tehát a kutatásnak van nemzetközi vonatkozása is.

A kutatás során az első probléma ott kezdődött, hogy október közepén a Facebook megváltoztatta a keresési

mechanizmust úgy, hogy csak teljes nevekre lehessen rákeresni. Ez azt jelentette, hogy például a Katalinokat csak akkor adta ki, ha beírtam, hogy „Katalin”. A „K” betűre semmit nem dobott ki.

Emiatt kénytelenek voltunk módosítani a kutatási mechanizmust. A folytatásban a következő alapján kerestük az ismerősöket:

Minden embernek – aki engedélyezi a beállításokban – van a képe alatt hat ismerős (ezt teljesen random módon adja ki a rendszer). Ebből a hat emberből választom ki mindig a második és az utolsó embert, és az ő águkon folytatom a kutatást.

Ez a mintában érdembeli torzulást nem okozott, viszont a Facebook mutációja ellenére folytatni tudtam a kutatást.

A következő nagy probléma 2010. december 6-án jelentkezett, amikor a Facebook bevezette az új adatlapot. Ennek köszönhetően a kétfajta adatlap néhány hétig még egymás mellett futott, és rengeteg programozási hiba is volt mindkettőben. Az újbán napokig nem lehetett megtalálni a közös ismerősöket (néha még a mai napig sem látszódnak). E problémákból következően az adatlapok az átállási időszak alatt adatgyűjtési szempontból nehezen használhatóak voltak.

A következő, lavinaszerű katasztrófa 2011. január 3-án történt. Már napok óta észrevettem, hogyha valakit bejelölök, akkor egyre sűrűbben kapom azt az üzenetet a Facebooktól hogy: „Biztosan ismeri? Csak akkor jelöljön be valakit, ha tényleg, személyesen ismeri.” Ekkor még volt ott egy „Igen, ismerem” gomb. Viszont egyre sűrűbbek lettek az olyan üzenetek, hogy: „A visszaélések elhárítása folytán nem tudja elküldeni a felkérést.”



Majd 15 óra 26 perckor, amikor Ákossal jelöltem be az embereket, kaptam egy üzenetet, miszerint lépjek be újra, hogy folytatni tudjam, amit csinálok. Ekkor a Facebook közölte velem, hogy sajnós túl sok olyan embert jelöltem be, akik nem jelöltek vissza, tehát valószínűleg nem ismerem őket. Ákostól ezért két napig blokkolják az üzenetküldési és a bejelölő funkciót, valamint még aznap Zsolt is le lett tiltva. Ezután sorra jöttek az ilyen tiltások a különböző avatarok profiljában, minden egyes alkalommal egyre hosszabb ideig. Először kétnapi tiltás van figyelmeztetésként, aztán négynapit, aztán egyhetes.

Február 19-én nagyon érdekes dolog történt. Nóra profilját letiltották, de nem úgy, mint korábban. A Facebook egyértelműen kijelentette, hogy szerinte én spammer vagyok, és ezért azonosítsam magam, amire alternatívát ajánlott fel. Elsőként megadhatom a telefonszámomat, amire ő küld egy SMS-t egy kóddal, amit be kell gépelnem az oldalra, és akkor elhiszi, hogy valós személy vagyok. A másik opció egy „játék”, amelyben fel kell ismernem, hogy melyik ismerősöm szerepel a képen:



Ez abból állt, hogy kitett három darab képet, amin az ismerősöm taggelve van, majd felsorolt hat lehetséges nevet, hogy kik lehetnek ezek. Itt jegyezném meg, hogy a felsorolt hat emberből mindenkinek olyan volt a privacy-beállítása, hogy ne lehessen a profilképén kívül idegennek megtekintenie semmit.

Természetesen nem tudtam, hogy melyik kép kit ábrázol. Ahhoz, hogy segítséget kapjak, leültem egy másik számítógép elé, beléptem egy másik avatarral, és elkezdtem egyenként kikeresni az embereket. Meg is oldottam a játékot egy fél óra leforgása alatt. Erre a rendszer azt az üzenetet küldte, hogy: „Igen, örül neki, hogy mindenkit felismertem, de nem voltam elég gyors, úgyhogy fussunk neki még egyszer.” A második alkalommal szintén mindenkit egyesével kikerestem, de ugyanakkor készítettem egy kis táblázatot, amelybe beírtam a nevük mellé a közvetlen linket és pár külső jellemzőt, amivel később azonosíthattam őket (szőke, nagyorrú, öltönyös stb.). Ekkor megint azt mondta a Facebook, hogy lassú vagyok, viszont már volt egy adatbázisom, amiből tudtam dolgozni. Harmadszorra megcsináltam időre a feladatot, és visszaengedtem. Megjegyzem, hogy amint az ábrán is látszik, egyáltalán nem könnyű felismerni valakit még akkor sem, ha valójában ismerjük.

Március 15-én, egy hónappal a szakdolgozat leadása előtt lezártam a kutatást. Ennek oka az volt, hogy már nem tudtam haladni. A rendszer eléggé gyakran letiltott, azaz már különösen érzékeny volt mind a négy profilomra. Egyre jobban megszorodtak az olyan üzenetek, amit a fenti ábrán is láthatunk. Féltő volt, hogy ha tovább csinálom a kutatást, törlik a profiljaimat. Emiatt sajnós le kellett mondanom az 1000 fős mintáról, és meg kellett elégednem egy 600 főssel. Ez egy kis elszámolás miatt a gyakorlatban csak 599 fős minta. Szerencsére ez is elég nagy ahhoz, hogy vizsgálni tudjuk. Míg az 1000 fős mintában a hibahatár 3,2 százalék, addig az 500-600 fősnél 4,5 százalék. S bár nem állíthatjuk biztosan, hogy kutatásunk reprezentatív lenne, mi mindent megtettünk ennek érdekében. Amennyiben reprezentatív, annyiban természetesen nem a teljes Facebook-közösségre, csak a mi általunk végigjárt potenciálisan több tízezer emberre, akikből mintánkat kiválasztottuk.

Lábjegyzetek

1

A bevezető részben Gayer Zoltán fogalmaz meg néhány felvezető gondolatot ehhez a cikkhez és egy, a Médiakutató későbbi számában közlésre szánt tanulmányhoz.

2

A web 2.0 meghatározásról lásd Tim O'Reilly oldalát itt: http://oreilly.com/web2/arc_hive/what-is-web-20.html (utolsó letöltés: 2011. augusztus 18.).

3

A web 3.0 kifejezést számos értelemben használják különféle teoretikusok, gondolkodók. Véleményem szerint nem lényeges, hogy e kifejezést mikor jegyezték le először; a legkorábbi bejegyzés, amit találtam róla, 2004 októberi. Tulajdonképpen mind a web 2.0, mind a web 3.0 ugyanarról szól: a McLuhan-i állítás beteljesedéséről.

A gazdasági hatásokról lásd például Sas István írását (2008).

Bár az is megemlítendő, hogy az angolszász országokban ez általában nem szokás; van, ahol egyenesen tilos.

Annak idején Uj Pétertől, az Index főszerkesztőjétől hallottam még 2007-ben, hogy őket előbb-utóbb meg fogja enni a web 2.0. Hogy ők bizony már csak utóvédharcot folytatnak, a hagyományos média utóvédharcát. Hiszen nekik még van szerkesztőségi helyiségük, ahol az újságírók néha összegyűlnek, van valamiféle közös szerkesztési elvük stb., de a web 2.0 erejével nem tudják felveni a versenyt. Nos, azóta ők lépték meg először, hogy a „designváltásukkal” – valójában átstrukturálva a lapot – azonos szintűre emelték az olvasói blogtartalmat a szerkesztőségi tartalmakkal, vagyis címdoldalra kerülhetnek bloggerek által írott cikkek, bejegyzések. De ezzel még nem készültek fel arra, amit a web 3.0 okoz, hogy tudniillik létrejönnek a személyes szerkesztőségek, és nekik azzal kell versengeniük. Ma már ebben lesz élenjáró az Index, valószínűleg elsőként reagál e kihívásokra, hiszen pl. éppen ezen írás idején integrálják a Facebook like gombot az index-cikkekbe.

Ennek jelentőségéről lásd a szintén klasszikus könyvet Jürgen Habermastól (Habermas, 1993).

McLuhant bírálják a technológiai determinizmus miatt. Például Schudson arra mutat rá, hogy nem a technológiai változások indítanak el folyamatokat a társadalomban, hanem a társadalmi változások szülnek olyan igényeket, amelyekre egy-egy találmány felel – ő például így érvel a távíróval kapcsolatban is (Schudson, 1978) –, illetve e folyamatok kölcsönösnek nevezhetők. Ugyancsak lehet bírálni McLuhan gondolatait abból a szempontból, hogy a változások sokszor csak mennyiségi jellegűek, s nem jelentenek feltétlenül minőségi változást. Itt azonban én úgy gondolom, hogy a közösségi médiumok megjelenésével egy alapvetően új minőség jelenik meg azzal, hogy a felhasználók milliói kezdik immár közlésre, s nem csupán befogadásra használni az internetet.

A Facebookot bár 2004-ben alapították, igazán jelentős felhasználói méreteket nagyjából a 2007-es évtől kezdett elérni, és 2008-ban győzte le a Myspace-t.

Hol van már az a megközelítés, amelyben az internet önálló médiumként jelent meg?! Megérne egy tanulmányt, hogy maga a médiummeghatározás is megváltozik az internet révén. Észre kell venni, hogy az internet nem egy médium, hanem benne rengeteg médium működik, amelyek önmagukban is más-más útra terelik használóikat. Máshogyan viszonyul a felhasználóhoz a YouTube médiuma, mint például a Facebook, máshogyan a second life, vagy a torrentgyűjtő közösségei oldalak, mint például a bitme.org.

Pontosabban az egyik karaktert már hónapokkal a kutatás kezdete előtt létrehozta Gayer Zoltán.

Több olyan újságírói „kísérletet” láthattunk már, amely a közösségi médiumokban teszteli, miképpen reagálnak a felhasználók az újságírók által létrehozott ál-accountokra, álszemélyiségekre (lásd például <http://index.hu/tech/net/iwiw0306/>). Egyebek között éppen ezért is tartottuk érdekesnek megvizsgálni e kérdést alaposabban is.

A mintavételt Balog Barabás Tibor hajtotta végre közösen egyeztetett elvek és gyakorlat mentén.

Személyiségi jogok miatt nem közöljük senkinek – sem a valós, sem a nem valós karaktereknek – a valódi nevét.

Fontos megjegyezni, hogy a Facebook K-betűsnek veszi mindazokat, akiknek K-val kezdődik a keresztnéve vagy a vezetékneve, vagy ha van, a harmadik neve. Amennyiben a kiválasztott személynek nem volt ennyi K vagy N betűs ismerőse, csak kevesebb, akkor felülről lefelé újraszámolva számoltuk ki, ki legyen a kiválasztott. Abban az esetben, ha nem volt sem K, sem N betűs ismerőse, akkor a 3. A betűset választottuk.

A létrehozott személyeket néha álszemélyiségnek, néha avatarnak, néha accountnak nevezzük, követve a netes nyelvhasználatot, amelyben az avatar a nicknevet, a felhasználót is jelenti.

Egészen pontosan ennyit: Átlagos Zsolt – 513; Széplány Nóra – 315; Nyereményes Csaba – 395; Arcnélküli Ákos – 536.

Természetesen ez a felület is nyirbálható, manipulálható. Hiszen attól, hogy valaki nyitva hagyja a falát, nem biztos, hogy minden, számára esetleg kínos bejegyzést rajta hagy.

Kereszttablát – akár ábra formájában, akár táblázatos formában – akkor közlünk, ha az adatok szignifikánsak, vagyis kiállják a chi-négyzet-próbát. Az ettől való eltérést a szövegben közöljük.

Itt a „mindenki számára” azt jelenti, hogy mindenki számára, akinek van Facebook accountja.

Azaz nem „mutatkoznak”.

22

Hozzátennénk: természetesen nem teljesen egyértelmű, hogy itt mindenképpen időbeli folyamatok húzódnak meg a háttérben. Elfordulhat, de kisebb valószínűséget tulajdonítunk neki, hogy a kicsi barátszámmal rendelkezők valójában régi felhasználók, és éppen azért rekedtek meg ennyi ismerősszámmal, mert túlzottan elrejtik magukat mások elől. A barátok számát az elemzés e szakaszában és a későbbiekben ötödölvé értelmezzük, azaz úgy osztottuk az embereket öt részre, hogy mindegyik csoportban a megvizsgált személyek nagyjából ötöde szerepeljen.

23

Barabási skálafüggetlenségről beszél, ami az ő terminológiájában azt jelenti, hogy nincs egy skálázási rendszer, amely leírja pontosan a hálózatban összekötött csomópontok átlagos alakulását. Vannak pontok, amelyek jóval több, s vannak olyanok, amelyek jóval kevesebb kapcsolattal rendelkeznek (Barabási, 2011).

24

Esetünkben az átlagos barátszám 403, a középső érték 291.

25

Az „ismerős” és a „barát” fogalmát szinonimaként használjuk. A Facebookon az eredeti terminológia alapján barátot kellene mondanunk, de sokan bírálják azt a megfogalmazást, hiszen itt jóval inkább különböző erősséggel a személyhez kötődő ismerősökről beszélhetünk. Jellemző, hogy a magyar fordítású Facebook az „ismerős” terminológiáját használja.

26

„A gazdag egyre gazdagabb lesz” fogalmat Barabási Albert-László használta Behálózva című művében (Barabási, 2011: 90).

27

A hírfolyamban – mint minden Facebook-felhasználó tudja – láthatóvá tehetjük az összes barátunk összes eseményét, de ennél van egy szűrtebb megoldás is: megjeleníthetjük csak a legfontosabb eseményeket. Ezekbe olyan bejegyzések kerülnek be, amelyek vagy nagy mértékben kaptak visszajelzéseket (like, illetve komment), vagy akihez valamilyen mértékben jobban vagy gyakrabban kapcsolódunk mi magunk. Ennél fogva a „legfontosabb események” tartalma annál izgalmasabb, minél több ember szűrésén megy át, ezért a barátok számát egy ideig érdemes növelni.

28

A változó a három érték összesítésével jött létre: „nyitott”, aki mindháromt nyitva hagyja, „félíg-meddig nyitott”, aki egy vagy két kérdésben nyitott, és „zárt” az, aki mindhárom csatornát lezárja az idegenek előtt.

29

Sajnos felvételünknek voltak bizonyos korlátai, hiszen maga az adatfelvétel egy szakdolgozathoz készült, így nem tudtunk annyi adatot, például annyi változót felvenni, amennyire – most utólag – kíváncsiak lennénk.

30

Talán azért sem, mert az igazán adatérzékeny hackerek között jóval több férfi, mint nő található, nézzük csak meg egy hacker-találkozó közönségét!

31

Meg kell jegyeznünk, hogy az alábbi ábra adatai összességében nem mutatnak szignifikáns eltérést, vagyis az elemzett hatást okozhatja a véletlen is. Amiért mégis beszélünk róla, az az egyes cellákban látható adjusztált reziduális érték magas volta az első két kategóriában. Ez azt mutatja, hogy ha a keresztábra egészében nem is mutat szignifikáns összefüggést, néhány cellában vannak értékelhető eltérések az átlagostól.

32

Az elemzés során két adatbázist használunk: az egyik, amely a személyeket tartalmazza, 599 esetből áll. A másik adatbázisban egyesítettük az összes felvételi kérelmet (egy személyre több accounttal is rájelentkeztünk), ez az adatbázis összesen 1740 esetet tartalmaz, azaz egy accounttal átlagosan három személyre jelentkeztünk rá.

33

Ezt az avatart Gayer Zoltán hozta létre még 2010 közepén, így neki már eleve voltak barátai, vagyis nem nulláról indult. Itt jegyezzük meg, hogy az avatarokra adatvédelmi okokból csak a rájuk jellemző tulajdonságot is megjelenítő névvel hivatkozunk.

34

Az ismerkedési szakaszban üzenetre sohasem reagáltunk semmit. Sokan voltak olyanok, akik annak ellenére elfogadtak egy-egy személyt, hogy ráírtak egy üzenetet, megkérdezvén, honnan ismerik egymást, s akkor is elfogadták végül ismerősnek, ha nem reagáltunk – talán, nehogy megsértődjön az „avatar”.

35

Közös barát a felkérések 27 százalékában jelent meg, ez a tény nagymértékben függött a mintavételi módszerünktől.

36

Az alkalmazást bárki kipróbálhatja, írja csak be a Facebook keresőjébe: social graph, utána engedje az alkalmazást, hogy leszívja, majd elemezze adatait.

37

Tulajdonképpen mókás dolog megfigyelni, melyik kapcsolatunk tűnik sűrűbbnek, melyek rendeződnek egy körbe.

38

Az illető beleegyezése, ugyanis social graph-ot csak saját accountunkra tudunk készíteni, legalábbis ezzel az applikációval. Azt hiszem, ha megnézzük a három típusú ábrát, igen érdekes, természeti vagy biológiai analógiákat tudunk levonni, de efféle spekulációkba itt nem fognánk bele.



Legolvasottabb

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

Könyvajánló



Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

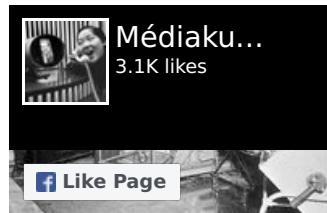
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2011 ősz

Új média

[Szűts Zoltán:](#)

Az augmentált valóság média- és kommunikációelméleti hatásai

Miközben az augmentált (kiterjesztett) valóságot választottam elemzésem tárgyául, a téma szélesebb média-, illetve kommunikációelméleti hatásait tartottam szem előtt. A tanulmány a diskurzus egy lehetséges módját mutatja be a jelenség meghatározásáról, létrejöttéről, funkcionalitásáról. Az augmentált valóságról való beszéd magában foglalja egyebek között a usability, az érzékszervek összhangjának, a linkelés és a címkézés, az interaktivitás és az ebben a térben létrejött műalkotások elemzését is.

A világháló kontextusába, a mobilkommunikációba és televíziózásba beépülő új technológiákkal együtt a kommunikációelmélet, a médiakutatás, a szemiotika, a vizuális kommunikáció és más diszciplínák diskurzusaiban – más-más hangsúlyokkal és elkötelezettségekkel – megjelentek az augmentált valóság recepciója során felbukkanó új fogalmak. Ezzel egy időben a recepció lényeges kérdéseivé vált a *virtuális valóság* és a *virtuális tér ábrázolásának kísérlete*, a *3D-s ábrázolásmód* tárgyi világba való beépülése, a szereplők *hologramként* való megjelenése a stúdióban, a valósághú felbontás keresése *HD-formátumban* és azon túl, a *kép- és arcfelismerés*, a konzolokon futó *játékok* a felhasználó mozgása által való irányítási lehetősége, a *bullet time-effektus*,¹ a *sebesség* (sávszélesség) és az ezzel szorosan összefüggő, folyamatos *online állapot*.

A jelenleg is zajló változásokat számos értelmezési és elemzési kísérlet jellemzi: a Gutenberg-galaxisról szóló vita talán lecsengeni látszik, azzal a konklúzióval, hogy a technikai standard kontextusa csak a kérdés egyik oldala (Horváth, 2001).² Az új média kutatásának során mind nagyobb jelentőségű a felhasználók által létrehozott tartalom és az interakció, melynek során a felhasználó mind szabadabban dönthet az őt érdeklő tartalmak fogyasztásáról vagy saját elhatározása szerint hozhat létre új tartalmakat, és – a kulturális hierarchia átrendeződésének következményeként, melynek során a világhálón bárki szerzővé válhat – azonnal meg is oszthatja azokat a közösséggel.

Tanulmányomban arra teszek kísérletet, hogy bemutassam a tárgyi világ és a virtuális tér összeolvadásával, másképp fogalmazva, a valós tér és a számítógép által generált tartalmak összevonásával létrejött új jelenséget, az *augmentált (kiterjesztett) valóságot*³ és a hozzá kapcsolódó diskurzus egyik lehetséges módját. Miközben elemzem ezt az új kontextust, azt nem csupán a technikai újdonság vagy elterjedtség szempontjából, hanem szélesebb média- és művészetelméleti hatásait is szem előtt tartva teszem. Fontosnak tartom bizonyítani, hogy a *közösségitartalom-létrehozás* során reprezentált kánon az augmentált valóság dimenziójában is érvényes, a fejlődés alapja a participáció, a felhasználó interaktív, tevékeny és szerzővé válása. Egy kérdés folyamatosan érzékelhető a tanulmány háttérében: mitől működnek az augmentált valóságra támaszkodó konkrét alkalmazások, kommunikációs formák vagy műalkotások?

Talán némi magyarázatra szorul a tanulmányomban referenciális alapként használt *felhasználó* fogalma is. Olyan mindennapi olvasóról, nézőről, internetezőről van szó, aki, ha korlátozott mértékben is, de mégis participatív módon fogyaszt médiatartalmakat, és tisztában van ezen tevékenysége során használt technológia használatával is. Annyit már ezen a ponton előre bocsánaték, hogy – mivel *konvergencia*-jelenségről van szó – elemzésemben a legnagyobb hangsúlyt a mobil eszközök kontextusában reprezentálódó augmentált valóság rekonstruálása kapja. Tény, hogy a jelenség nem teljesen előzmények nélküli, azonban a téma magyar recepciója megkésett.

A kommunikáció- és médiatudományi polémián belül gyakran ambivalens helyzetben van a technikai kontextus jelentősége, amely az augmentált valóságról való beszéd során különösen hangsúlyos. Nem kétséges ugyanis, hogy az augmentált valóság technikai találmányoknak köszönve jött létre, a teoretikusok azonban a társadalmi-kulturális változásokra koncentrálnak, gyakran figyelmen kívül hagyják a jelenséget létrehozó technológia bemutatását. Éppen ezért úgy gondolom, hogy álláspontomat Nyíri Kristóf filozófiára vonatkozó gondolatmenete alapján erre a kontextusra adaptálva mutathatom be:

„A filozófiatörténet fordulópontjai nem magából a filozófiából, hanem filozófián kívüli tényezőkből érthetők meg, s hogy e tényezők között a technológiai változások játsszák az egyik főszerepet. [...] Jelen szerző szemlélete szerint a technológiai változások között a kommunikációtechnológiai változások azok, amelyek a filozófia alakulására a legközvetlenebbül és legalapvetőbben hatnak” (Nyíri, 2007: 33).

A gyakorlat azt mutatja, hogy az augmentált valóság jelentési és megjelenési horizontja igen széles, valamennyi formája azonban közös tulajdonságokkal rendelkezik. Ezek közül a legfontosabb, hogy a tárgyi világ kontextusába a virtuális tárgyak *valós időben* épülnek be. A folyamat, mely mindenképpen valamilyen *mediatizált* kommunikáció része, elválaszthatatlan az augmentált valóságot létrehozó technológiától, ugyanis a külvilágot érzékelő optikára (és más szenzorokra), illetve a természetűség követelményének megfelelő kijelzőre van szükség. Az alkalmazások segítségével a tárgyi világról szóló információk interaktívak lesznek és digitalizálódnak, ilyen módon tárolhatóvá és könnyebben hozzáférhetővé válnak, miközben a való világra információs réteggé rakódnak. Az augmentált valóság tehát eszközfüggő, *technikailag determinált* és konvergens: az okostelefon, a film és – bármilyen meglepő – a könyv, sőt az orvosi vizuális diagnosztika kontextusában is megjelenik.

Tanulmányomban arra a kérdésre keresek választ, hogy milyen új tulajdonságokkal rendelkező komplex mediatizált kommunikációs csatorna és médiafelületet jön létre az augmentált valóság mindennapi kontextusba való beépülésével, és eközben az interakció milyen foka valósul meg. Arra is rákérdezek, hogy milyen mértékben támaszkodik a jelenség a közösség által generált tartalomra. A fenti problémakörök mellett az augmentált valóság *művészeti dimenzióiról* való beszéd is helyet kap cikkemben. Meglátásom ugyanis, hogy miközben a felhasználók saját tartalmaikat jelenítik meg réteggé húzva a tárgyi világra, szerzőkké válhatnak, és műalkotásokat hozhatnak létre.

A digitális forradalommal kezdetét vette az információéhség és ezzel együtt a hagyományos információ- és tudásgyűjtő, -feldolgozó és -továbbító struktúrák felbomlása. A „magaskultúra” fenntartására hivatott intézmények hierarchiája megroppant, helyükbe pedig még nem tudjuk pontosan, milyen struktúra fog lépni, hiszen a változások csak most körvonalazódnak. Átalakulóban van sok fogalom; ha címkékkel kellene ellátni az új létet, akkor – a teljesség igénye nélkül – a következő kulcsszavakat használnám: *behálózottság*, *valósídejűség*, *my media*,⁴ *közösségitartalom-létrehozás*. Elképzelhető, hogy későbbi fejlődés során újra helyreáll a Marshall McLuhan által felbomlottnak nyilvánított *hallás-látás-tapintás* egysége?

„Ha a technológiát akár kultúrából, akár a kultúrán kívülről vezetik be, és ha ez a technológia új feszültséget idéz elő, vagy újszerű befolyással van egy vagy több érzékünkre, az összes érzékünk közötti arány megváltozik. Ettől fogva másképpen érzékelünk, sem a szemünk, sem a fülünk s a többi érzékelésünk sem marad ugyanolyan” (McLuhan, 2001: 25.).

Ez a kérdés már átvezet a *usability*, a *linkelés*, a címkézés, a *hipertextualitás* és a *játékkonzolokon*⁵ futó videojátékok augmentált valósággal való összefüggéséhez. Elemzéseim során gyakran Paul Virilio, Jean Baudrillard, Lev Manovich, Ernst Gombrich, Nyíri Kristóf nézeteinek rekonstrukciója jelenik meg, miközben megannyi kifejtésre váró problémát igyekszek az olvasó elé tárni.

Az augmentált valóság kontextualizálása

A gutenbergi tradíciót túllépve talán merésznek tűnik a kijelentés, hogy az augmentált valóság egyik első és legkézenfekvőbb létezési formája a könyv vagy térkép 3D-alapúvá válása lehet. A technikai elv viszonylag egyszerű: az augmentált valóságot kreáló eszköz adott jelölők felismerése után a tárgyi világra egy információs réteget húz, melyet a felhasználó kijelző segítségével észlel. Ezen a ponton fel kell idéznünk a mindennapi befogadó legvalószínűbb percepcióját. Az ismert Dorling Kindersley (DK) gondozásában megjelent két AR-alapú mesekönyv⁶ a szöveg és a képek mellett jelölőket is tartalmaz, melyeket egy webkamera ismer fel, így a számítógépe képernyőjét szemlélő olvasó előtt egy háromdimenziós történet elevenedik meg. Ezzel interakcióba léphet olyan módon, hogy a könyv forgatásával a képernyőn megjelenő ábra is mozog. Az egyszerre receptorként és kijelzőként működő okostelefonok esetében a jelölők lehetnek GPS-koordináták vagy a telefon kamerája által érzékelt, majd egy adatbázis segítségével felismertett tárgyak. Az augmentált valóság ezek szerint nagymértékben lokális tartalmakra támaszkodik, és a felhasználó közvetlen terében érvényesül.

Az augmentált valóság tipikus példáival a befogadó eddig általában a fogyasztás kultúrájának keretein belül alkotott mozifilmekben találkozott. A Terminátor 2 című film egyik látványos újdonsága az volt, hogy az android robotszemén keresztül láthatta a néző a film világát. A vörös képernyőn folyamatosan váltakozó számok, a környezet elemzéséből nyert információ szerepeltek. Virtuális és valós tér rajzolódott ki a befogadó előtt egy időben. Az említett filmekben kifinomult módon jelenik meg, ahogy a T1000-es azonosítja egy adatbázis segítségével azt őt körülvevő tárgyakat és jelenségeket. Egy olyan kifinomult audio- és videosenzorokkal felszerelt gépet ismerhetünk meg, melynek nincsenek korábbi tapasztalatai, logikáját pedig sem érzelmek, sem élmények nem befolyásolják.⁷ A film lehetséges recepciója az, hogy a tárgyi világ objektív módon csak akkor érzékelhető, ha a dekódolás csupán egy közös adatbázisból nyert információk segítségével történik, a gép a valóságot egy előre meghatározott, tapasztalattal és érzellemmel terhelt séma, stílus és ideológiai terheltség nélkül is képes elemezni. Sokakban ez a recepció posztapokaliptikus félelmet váltott ki. Az ipari társadalom felismerte a technológia fogyasztási cikkekhez kapcsolódó kiegészítő értékét, így például személyautókba szerelnek olyan rendszereket, melyek a kijelzőre vetítik a jármű aktuális sebességét, a rossz látásai viszonyok között is hőkamerával érzékelt gyalogosokra figyelmeztető piktogramot stb.⁸

A *bluebox* technika: a két réteg összemontírozása, melyet mindenki, aki televíziózással foglalkozik, elég gyorsan

megismer, ugyancsak az augmentált valóság egyik reprezentációja. A műsorvezető az egyszínű háttér előtt színleli, mintha az, amire éppen mutat, mögötte lenne, de a valóságban egy üres térben tartózkodik. Ebben az esetben is fontos szerep hárul a szoftverre, amely a kék vagy zöld réteget kicseréli átlátszóra, majd egy másik, szintén mozgóképes rétegre helyezi. 2008-ban azonban egy addig ismeretlen jelenséggel találkozhattak a tévénézők. Az amerikai elnökválasztás előestéjén a CNN tudósítója, Jessica Yellin, az akkor még csak elnökjelölt Barack Obama chicagói kampányzáróját közvetítve hologram képében jelent meg a CNN New York-i stúdiójában ülő Wolf Blitzer és a nézők előtt. A jelenségre a műsorvezető is külön felhívta a figyelmet,⁹ David Bohrman, a CNN alelnöke pedig később azt nyilatkozta, hogy évtizedeken keresztül próbálkozott a technológiával. A tudósító mintha hirtelen a stúdióban termett volna, de valójában ezer kilométer távolságnyra volt, ott, ahonnan korábban egész nap tudósított. Háromdimenziós ábrázolása részben átlátszó volt, figuráját kékes ragyogás vette körül, és Blitzerhez képest nagyon alacsony volt.

A jelenet kapcsán sokak a Csillagok háborúja-filmekre asszociáltak, Jessica Yellin pedig még fel is hívta a figyelmet az egyértelmű referenciára: „Mintha Leila hercegnő tradícióját követném.” A jelenség elemzéséhez a technikai kontextus is hozzátartozik. A tárgyat, mely egy zöld hátterű, kör alakú térben helyezkedik el, a hologram létrehozása során 35 darab HD-kamerával 220°-os szögben szimultán filmezik, ezek az eszközök már alig képviselnek a kereskedelemben kapható készülékeknél komolyabb és költségesebb technológiát.

A jelenség mediatizált és konvergens jellege

A mindennapi olvasó, felhasználó, néző azt érzékeli, hogy a hagyományos médiumok (a sajtó, a rádió, a televízió), valamint az internet, illetve a mobilkommunikáció összekapcsolódásával a környezetében olyan felület jön létre, melyben immár azonos tartalmakat képes elérni, és hasonló alkalmazásokat futtatni. Kézzel fogható példa erre az internetkapcsolattal rendelkező televízió, mely számítógép nélkül is alkalmas a világhálón található tartalmak elérésére, a televíziózásra, a rádiózásra és a böngészésre alkalmas mobiltelefon vagy a tévénézésre és a vezetékes telefonok hívására is alkalmas számítógép. Joggal feltételezhetjük, hogy a konvergencia jelenségét teljes egészében még nem tekinthetjük át, hiszen „work in progress”-ről van szó.

Ahogy azt már korábban jeleztem, az augmentált valóság többféle eszközkombinációval és platform segítségével hozható létre, tehát természeténél fogva a médiakonvergencia jelenségével is rokonságban áll (Balázs, 2007). Ebben a dimenzióban *mindhárom képernyő*, a televízió, a számítógép és a mobiltelefon is szerephez jut, azzal, hogy a mobiltelefon kijelzője válik a leghangúlyosabbá. Hosszú folyamat zajlott le tehát az első, talán kevésbé sikeres próbálkozásoktól, melyek során a mobilszolgáltatások olyan tartalmat akartak generálni a felhasználó számára, melyeket az mind nagyobb mennyiségben fogyaszthat. A tartalom és a felhasználói aktivitás kérdésére a válasz most már egyszerűnek tűnik. Egy bevált modellt kellett adaptálni a mobiltelefon kereteire, azaz lehetővé kellett tenni a világháló komplett és korlátok nélküli elérési módját az eddig megszokott használhatóság szabályai szerint az új kijelzőn is, mely időközben jelentősen megnövekedett, és immár a tapintásra is reagál. Ez a meglátás szervesen kapcsolódik a folyamathoz, melynek során az okostelefonunk válik a *legszemélyesebb számítógépünké* (The Most Personal Computer). Ebből kifolyólag a továbbiakban a leghangúlyosabban az augmentált valóság mobil eszközökön elérhető dimenziói foglalkoztatnak. Mivel az augmentált valóság konstrukciója mobil eszközökön ma már nem igényli költséges eszközök birtoklását, valamint újabb felhasználói ismeretek elsajátítását, feltételezhető, hogy mind több új alkalmazás jelenik majd meg, mely újabb interaktív rétegeket húz a tárgyi világra.

Ezen a ponton egy történeti analógiát hívnék segítségül. A *Mosaic* böngésző 1993-as megjelenésének¹⁰ egyenes következménye volt a világháló népszerűvé válása. Az alkalmazás letisztult felülete és könnyű kezelhetősége mellett a legfontosabb tulajdonsága az volt, hogy már a szövegbe beágyazott képeket is megjelenítette, a multimédia megjelenésével pedig nagymértékben javult a felhasználói élmény. Ahhoz, hogy az augmentált valóság jelentős reprezentációhoz jusson a mobilkommunikáció dimenziójában, hasonló feltételeknek kellett teljesülniük. Ez alkalommal azonban a körülményekben változás állt be: a megjelenítendő tartalom már létezett a világhálón, felfedezésre és interakcióra, vagyis AR-böngészőre várt. A későbbiekben látni fogjuk, hogy a tartalom létrehozásának módja is fontos attribútum. A szolgáltatók, illetve a közösség által létrehozott és kevésbé moderált tartalmak eltérő befogadási stratégiával találkoznak a felhasználók részéről. Bár újra hangsúlyozni szeretném, hogy a technikai kontextus csak a kérdés egyik oldala, két esetet szeretnék rekonstruálni, melynek szereplői a *Layar* és *Wikitude* böngészők.

Mind a *Layar*,¹¹ mind a *Wikitude* elérhető a legelterjedtebb mobilplatformokon (iOS, Android, Windows Phone, Symbian). Az alkalmazás a felhasználó-számítógép-interakció következtében működik. A felhasználó kíváncsi az őt körülvevő tárgyi világra vetíthető rétegekre, a számítógép pedig a generált tartalom által elégíti ki a kíváncsiságát. A készülékben található érzékelők: a globális helymeghatározó rendszer (GPS), az optika, a sebességmérő, illetve a giroszkóp segítségével az eszköz kijelzőjén keresztül nézve a tárgyi világra ráakódik a felhasználó által kiválasztott réteg. Ezek a rétegek pedig a tartalmukat a világhálón tárolt információs adatbázisokból nyerik. A két böngésző funkciói hasonlóak, a legalapvetőbb felhasználási területei nem sokban különböznek a *mainstream* navigációs készülékeiktől. A böngészőt elindítva a telefonunk kamerájának segítségével a kijelzőn megjelenik a környezetünk, valamint az általunk kiválasztott épületek és szolgáltatások, a kijelző sarkában pedig radarképet is kapunk. A különbség csupán annyi, hogy a 2D-ben megjelenített ábrázolásmód helyébe a 3D lép, mostanáig nem látott információmennyiséget zúdítva a felhasználóra. Kérdés, hogy az milyen mértékben képes befogadni és feldolgozni a felkínált adatokat, melyek kép vagy videó formájában jelennek meg. A készülék reagál mozgásunkra, és a kijelzőn ennek megfelelően jelennek meg a tartalmak. A jelenség a legjobban egy történet rekonstruálásával mutatható be. Egy budapesti bérház udvarán állva a *Layar* segítségével átlátunk a falakon, körbefordulva pedig a minket körbevevő épületek képe jelenik meg egy hatalmas panorámaképként.¹² Az interaktivitás ezzel még nem szűnik meg, az ilyenkor látott képek hipertextuális közegbe vannak ágyazva, azaz megérintve őket a rendszer

felajánlja, hogy részletes információt jelenítsen meg róluk. A felhasználónak lehetősége van a megjelenítési rádiusz flexibilis megadására is.¹³

Ezen a ponton egy, a médiatudományi diskurzusban talán kevésbé használt fogalmat vezetnék be, és ez a *Points Of Interest*, melynek magyar fordítása (érdekes helyek, események) nem igazán képes átadni a fogalom jelentését.¹⁴ A fenti két böngésző valódi potenciálja ugyanis a tárgyi világban nem létező vagy csak egy adott időszakban létező *Points Of Interest* megjelenítésében rejlik; ezzel a kérdéssel hosszabban a következő fejezetben foglalkozom.

A valóságra rétegelt tartalom

Ebben a fejezetben a kizárólagos teljességre való törekvés szándéka nélkül kísérlem meg néhány konkrét alkalmazás (a *Panaromio*, a *streetArt* és a bemutatást talán nem igénylő *YouTube*) augmentált valósággal való összefüggésének elemzését. Az 1990-es évek világháló-recepciójának egyik közismert megállapítása az volt, hogy az új, hipertextuális és hipermediális (linkeket tartalmazó, interaktív és multimediális) kontextusban a művészeknek, a műveknek, valamint a hagyománynak és a tudatnak is újra fel kell találnia önmagát, meg kell találnia a helyét (Landow, 1997). Akkor úgy tűnt, hogy ez a virtuális térben elfoglalt hely nem rendelkezik referenciális kapcsolatokkal a tárgyi világban esetlegesen létező tárgy pozíciójával:

„Fontos tehát tudnunk, hogy amíg az »off line«, azaz hagyományos múzeumok konkrét kontextusa mindig pontosan tudható, addig a virtuális térben elérhető digitális kópiájuk, illetve mutációjuk közege gyakorlatilag csak technológiai szinten definiálható. A World Wide Web, illetve a cyberspace ma már társadalmi valóság, csak hogy alapvetően más a geográfiája, mint amit a hagyományos történelemből ismerhettünk. [...] A www.amnh.org kontextusát mindenekelőtt egy képernyő jelenti, majd – legalábbis első alkalommal – valamely navigációs szisztéma, végül pedig valamely keresőmotor teremti meg, amelyen keresztül a böngésző » eljuthat« a múzeum web lapjára” (György, 1998: 23).

A Layar és Wikitude böngészőkben megjelenített rétegek egyrészt professzionálisan generált, másrészt a közösség által létrehozott tartalmakra támaszkodnak. Mindkét esetben fontos szerephez jut a fent említett geotagelés. A rétegek közül a leglátványosabb az önállóan is létező, de esetünkben az AR-böngészőbe integrált *Panaromio* képeinek megjelenítése. Ilyenkor a felhasználó elindulhat a képernyőre vetített, a közösség által létrehozott képek irányába. Saját személyes történetemet rekonstruálva azonban feltűnik: olyan hatalmas információmennyiség zúdul a felhasználóra, hogy ennek következtében a réteg használata áttekinthetlenné és élvezhetlenné válik. A *YouTube*-„réteg” megjelenítése esetén a környezetünkben létező valamennyi geotagelt videó megjelenik a képernyőn, és érintésünkre el is indul. Immár tehát szükség van egy folyamatos, mobil, nagy sávszélességű online állapotra, hogy a nagy mennyiségű képi információ befogadható módon megjelenhessen, és a felhasználó interaktivitásba léphessen vele úgy, hogy közben folyamatosan fennmarad az élményszerűség (Virilio, 2005: 114.).

A *streetArt*-réteg kapcsán az augmentált valóságról kapcsolódó problémakör mellett egyben egy szubkultúra kommunikációs formájáról, illetve médiafelületről is beszélhetünk, mivel a réteg segítségével a felhasználó képes a telefonja kijelzőjén a tárgyi világra helyezve megjeleníteni a környezetében található graffitikat és más utcai művészeti formákat, valamint a más felhasználók által írt, hozzájuk csatolt kommenteket is. A kommentek tehát már csupán egy virtuális rétegben léteznek, a felhasználó pedig ilyen módon is „átlát a falakon”. Szembetűnő, hogy az AR rétegeit ebben az esetben is a közösségi tartalomltrehozás kelti életre.

Térjünk most ki POI eddig nem tárgyalt fajtáinak elemzésére. Lehetőségünk van ugyanis rétegeként ráhúzni a környezetünkre a közeli, GPS-koordinátákkal ellátott *tweeteket* is. Ezen a ponton rögtön feltűnik, hogy a tárgyi világban referenciával nem létező jelenségeket a tárgyi világ kontextusában helyezjük el, tehát a csupán virtuális világban létező elemeket vetítjük ki a valóságra, konkrét koordinátákhoz kapcsolva őket. A koordinátákat az adatbázis azért tartalmazza, mert a felhasználók elfogadták a Twitteren történő publikálás során, hogy megosztják valós helyzetüket. Ez azt jelenti: láthatom azt, hogy a (közvetlen) környezetemben hány felhasználó van, honnan és mit posztol a Twitteren. Ebből kiindulva könnyen belátható, hogy az augmentáltvalóság-alapú alkalmazások egyik legizgalmasabb alkalmazási területe egy új kommunikációs csatorna. Az arcfelismerés-technológia fejlődésének következménye leegyszerűsítve az a folyamat lehet, melynek során a telefonunk képernyőjén keresztül pásztázva a világot a velünk szembejövő felhasználó arca mellett a felismerés után megjelenik a *Facebook* vagy *Google+* profilja, legutóbbi *Twitter* bejegyzése.¹⁵ A profiljából pedig az általunk megadott szűrési feltételek alapján kiderülhet a felhasználó érdeklődési köre, elérhetősége, és még folytathatnánk. Ne hagyjuk ki az egyenletből az adatvédelmi problémákat sem. Ha a technológia elterjed, várható, hogy a közösségi oldalak és kommunikációs csatornák felületét biztosító szolgáltatók az azonosítás és minél szélesebb körben minél nagyobb információmennyiség megosztásának irányába „terelik” majd a felhasználókat.¹⁶

Nem nehéz elképzelni, hogy a technológia elterjedésével az alkotások, a tárgyak most már nem az évszázadokon át alig változó kontextusban jelennek meg, a múzeumok és a térképek szerepét az augmentált valóság veszi át, a gyűjteményt pedig a közösség hozza létre, egy olyan térben, melyben a webkettőben reprezentált kánon érvényes. Ebben a kontextusban a kurátor szerepét a valóságra rakódó réteg készítője tölti be.

Használhatóság és interaktivitás - az érzékszervek összhangja

Az *interaktivitás* lényege multimediális környezetben abban teljesedik ki, hogy egy képre vagy szövegre kattintva vagy azt megérintve egy folyamatot indítunk el, mely átvezet egy másik közegbe, esetleg elindít egy videót vagy megjelenít egy szöveget. A linkeken való továbblépést eddig a mindennapi felhasználók kattintásnak nevezik, a tapintás mint kezelő módszer megjelenésével az érintés is interakciót tesz lehetővé. Az interakció hagyományának átalakulásáról Lev Manovich a következőket írja:

„Azelőtt ránéztünk egy képre, és mentálisan követtük saját személyes asszociációinkat a másik képhez. Most az interaktív számítógépes média [azt] kéri tőlünk, hogy kattintsunk rá a kiemelt mondatra, hogy egy másik képre ugorjunk, [és] az előreprogramozott, objektíven létező asszociációkat kövessük” (Manovich, 2008: 45).

Mint minden új technológia megjelenésével, a társadalmi és kulturális környezetbe való beépülés során jelentős szerep jut a *használhatóságnak*. A fogalom alatt annak a folyamatnak a könnyedségét vagy éppen nehézségét értem, ahogy a felhasználó megszerzi azon ismereteket, melyeknek köszönhetően egy adott alkalmazást nehézségek nélkül és rendeltetészerűen képes kezelni. Elmondható, hogy a használhatóság jelentős fejlődésen ment keresztül, ha kiindulópontként a személyi számítógépek egér és billentyűzet általi, végpontként pedig az érintőképernyőn vagy testmozgással történő irányítást jelöljük meg.

Tézisem szerint az augmentált valóság kontextusa egy olyan típusú felhasználhatóságot hoz létre, melyben – nagyon leegyszerűsítetten fogalmazva – megvalósul a természetes egység, melyet az írás megjelenése bomlasztott fel:

„McLuhan torontói köréből ered az a periodizáció, amely szerint a kommunikációs technológiák története a következő fő szakaszokra osztható: 1. elsődleges szóbeliség; 2. írásbeliség; 3. könyvnyomtatás; 4. az elektronikus információ-feldolgozás és -továbbítás következtében létrejövő »másodlagos szóbeliség«” (Nyíri Kristóf, 2007: 34.).

Ezt a sort az augmentált valóság kommunikációs kánonba való beépülésével a tapintás szakasza fogja követni, mely egyben igyekszik magába olvasztani az előző négy periódus tulajdonságait is. Létrejön tehát a hallás-látás-tapintás nagy intenzitású együttműködése, és érvényét veszti McLuhan megjegyzése, miszerint:

„A csupán egy érzékkel való feszültebb foglalkozásban az elvonatkoztatás és ismétlés mechanikus elve testesül meg. A technológia annyit tesz, mint explicitnek lenni, ahogy Lyman Bryson mondotta. És explicitnek lenni annyit tesz, mint egyszerre, egy időben csak egyetlen dologgal, érzéklettel, szellemi vagy fizikai művelettel foglalkozni” (McLuhan, 2001: 20).

A fentiekből óhatatlanul következik, hogy az interaktivitás új formája és a kezelőfelület kikerüli a nyelvi akadályokat, de a kultúrafüggő szimbólumokat is. Olyan visszatérő gondolat ez, mely a videojátékokkal foglalkozó fejezetben teljesebben majd ki.

A hipertextualitás és címkézés szerepe

Fontosnak tartom megvitatni, hogy szerintem az augmentált valóság létrejöttének egyik alapvető feltételét az asszociációkat materializáló hipertextualitásnak köszönhetjük. A hipertext recepciójára az jellemző, hogy képernyőn olvasható, linkeket tartalmazó szöveggként definiálják. Meglátásom szerint a hipertext nem csupán hordozó, hanem egyben lehetőség is. Megváltoztatja a távolság és az idő fogalmát, kommunikáció- és médiafogyasztási szokásainkat. Úgy gondolom, hogy a szöveg, a kép és a hang a világháló megjelenésével a hipertextben ideális hordozóra talált.

Az augmentált valóság megjelenésének másik feltétele egy rendezett információhalmaz – adatbázis –, mely objektumokkal tölti meg a rétegeket. Azokban az esetekben, amikor a tárgyi világra ráhúzott réteg a webkettes környezetben létrehozott tartalomtól áll, a címkézés elengedhetetlen művelet. A fogalom nem szorul különösebb magyarázatra: a szerző vagy az oldal szerkesztője kulcsszavak hozzáadásával felcímkézi a világhálóra feltöltött tartalmat, az adott fájl után szereplő címkék pedig az azonos témát tartalmazó fájlokhoz vezetnek. A címkézés a könyvtári katalógizálás kizárólagos (és kényszerből zsarnoki) módszerével szemben korlátlan besorolási lehetőségeket biztosít, és így jelentéstágitó a funkciója.

Játék az augmentált térben

A videojáték-recepció jellegzetes megközelítéseit szem előtt tartva talán nem túlzás kijelenteni, hogy a témáról szóló polémia egyrészt megkésett, másrészt „mostohagyermekként” kezeli a szakma. Ez alól talán kivételt jelent az irodalomtudomány egy speciális ága, mely a hipertextek narratív formáival foglalkozik. Ezen irányzat a nem lineáris hipertextet éppen a játékok közvetítésével mutatja be.¹⁷ A mellőzöttség okát talán a nagy narratívák megszűnésével is megmaradó, de már be nem vallott klasszifikációs kényszerben kereshetjük, ugyanis az elemzésre méltó „magaskulturális” keretbe komoly erőfeszítések árán és bizonyítási kísérletek során helyezhető csak el a videojáték jelensége és a róla szóló beszéd.

A videojáték fogalma két ponton is kapcsolódik az augmentált valóság témájához. Az első ilyen kapcsolódási pont egy olyan, az egyszerűség kedvéért egyelőre virtuálisnak nevezett kontextus létrehozásának vágya, melynek ábrázolásmódja minél valóságosabb tér megjelenítésére törekszik:

„A számítógépes játékipar termékeinek grafikája érdekes módon azonban, egy később részletezett kitérővel, a reneszánsz festészet miméziskánonján alapszik. Minél valóságosabb egy játék, annál inkább dicsőítik. [...] A valóság ebben az esetben a fény-árnyék és színhatások sokrétűségére irányul. Illetve a tárgyak szabad, gravitációnak engedelmessé váló röppályája. Nem az a kérdés, hogy léteznek-e zombik, hanem az, hogy ha léteznek, hogyan csillanna meg nyálas kezükön a lombokon átszűrődő lemenő nap fénye” (Gárdonyi, 2005: 652-653).

Ma már a játékos a legkevesebb energiaráfordítással a lehető legtöbb információhoz jut. Az újítás egyik lényege az

volt, hogy az előtte jellegzetes felülnézetet háromdimenziós térré változtatta, elmozdítva a játék képzeletbeli kameráját a felülnézetből, és a játékos kezébe adva a szabadságot: milyen szögből, milyen magasságról szeretne rátekinteni a térképre.

Eddig az interakció mediatiszt volt, és kontrollerek közvetítésével történt, melyek használatát egy tanulási folyamat során kellett elsajátítani. Igény látszott tehát egy olyan irányítási módszer kifejlesztésére, mely a mozgásunkat veszi referenciális alapul. Az első lépést ebben a folyamatban a Nintendo által kifejlesztett *Wii* irányítási rendszere jelentette, a kontrollerbe ugyanis mozgás- és gyorsulásérzékelőket építettek, így a sportjellegű játékokban való részvétel a valós játék mintájára történik, a kontrollert a felhasználó a kezében tartva teniszvezést vagy éppen evezést utánoz. Az új irányítási rendszer alapjává tehát az utánpótlás vált, az interakció pedig ez által új szintre emelkedett. A következő lépést az interakcióban és használhatóságban a Microsoft által kifejlesztett *Kinect* jelentette. A *Kinect* esetében a kontroller már maga a játékos teste, a rendszer pedig motorizált kamerákkal éberrel figyeli a mozgását, melyet a játékban részt vevő karakter is felvesz.¹⁸ Ebben az új játékközegben a játéktér immár az augmentált valóság szférája, ahol a felhasználó tárgyi világban végzett mozdulatsora megismétlődik, ő pedig interakcióba léphet a játékban szereplő tárgyakkal.

A jelenség vizuális kommunikációs és művészeti dimenziói

Az augmentált valóság vizuális művészeti dimenzióhoz gazdag elméleti háttérrel nyújtanak Arthur C. Danto vagy Max Black művei. A vizuáliskultúra-recepció fontos vitája, hogy miként húzzuk meg területének határait, és milyen összefüggés áll fenn a vizuális kommunikáció, illetve a képművészet között. Olvasatom nem kíván beszállni a vitába, annak eldöntése során pedig, hogy mitől lesz egyes képekből művészet, Danto értelmezésére hagyatkozom, miszerint

„...művészi képről akkor beszélhetünk, amikor a kép nem csak ábrázol, hanem ezzel párhuzamosan mond valamit az ábrázolás, a megmutatás módjáról is. Amikor művészetről beszélünk, nem csak arról van szó, hogy megszűnik a médium átlátszatlansága, hiszen valójában egyetlen ábrázolás sem átlátszó, hanem az a fontos, hogy valamiképpen maga a mű reflektál erre az átlátszatlanságra. A művészet nem csak azt teszi láthatóvá, amit a művész látott, hanem a stílus révén azt a módot is, ahogyan látott” (Danto, 1996: 147-160).

Ezen a ponton már világossá vált, hogy az augmentált valóság esetében ábrázolt virtuális térre nem érvényes a fényképek technikai jellegzetességéből fakadó tény, hogy annak, amit látok, a természetben is léteznie kell, nagyjából úgy, ahogy a képen megjelenik (Black, 2003:124). A tárgyi világra ráhúzott rétegek ugyanis nem csupán tárgyakkal, hanem az időben egyszer lezajlott események dokumentálásából is állhatnak. Példák erre a geotaggelt youtube-os videók rétegei. Amennyiben azonban a természetben is létező tárgyat jelenítünk meg a valóságon, akkor a képnek közölnie kell azokat a lényeges információkat, amelyek akkor jutnának tudomásunkra, ha a helyszínen állva néznék a reprezentált dolgot. Ilyen módon a vizuális művészek a tárgyi világra képesek lesznek az általuk generált szobrokból, képekből, videókból álló műalkotás rétegét vonni, ez pedig a kontextus rendkívül izgalmas problémáját veti fel. Bár az általuk generált műalkotások a virtuális térben léteznek, a technikai determináltság következtében csupán egy adott rádiuszban, egy konkrét, valós környezetben tekinthetők meg Layan vagy Wikitude böngésző segítségével. Ezek a műalkotások tehát, ha nem is egy adott pontban, de egy adott körzetben helyezkednek el.

Összegzés

Összegzésül elmondható, hogy az augmentált valóság dimenziójában érzékelők és képernyők segítségével virtuális tárgyakat valós időben jeleníthetünk meg úgy, mintha a minket körülvevő világ részei lennének. A jelenség természeténél fogva a kommunikáció- és médiatudományi kérdések mellett filozófiai, művészeti és technikai problémákat is felvet. Ki kell emelni, hogy elterjedésében fontos szerepet játszik a tartalom-létrehozás. Ha ez webkettes környezetben történik, akkor a felhasználók széles rétegeinek érdeklődésére tarthat számot, a könnyű használhatóságnak köszönhetően pedig az augmentáltvalóság-alapú alkalmazások a mindennapi kontextusba is beépülhetnek. Az augmentált valóság az interakció és a használhatóság új, valóságűbb formáit hozza létre. Az érzékszervek összhangjának lehetünk tanúi, miközben a számítógépes játékokban már saját testünk a kontroller, és mozgásunkkal irányítjuk karakterünket. Hasonló módon a jelenség átalakítja a digitális művészet eddigi recepcióját is, ugyanis már a felhasználók is képesek a virtuális térben létrehozni műalkotásokat úgy, hogy azokat bárki a saját tárgyi környezetére vetítse ki, ezzel átalakítva a múzeumok és kurátorok fogalmát. Bár a jelenség a nyomtatott könyv, a televíziózás és a világháló dimenziójában is jelen van, jellemzően a mobilkommunikáció területén lett népszerű, erre a Layan vagy Wikitude AR-böngészők elterjedése és a felhasználók által tartalommal való feltöltése a példa.

Irodalom

Azuma, Ronald T. (1997): A Survey of Augmented Reality. Presence: Teleoperators and Virtual Environments 4. 355 – 385. <http://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf> (utolsó letöltés: 2011. augusztus 21.).

Balázs Géza (2007): Az informatika hatása a nyelvre <http://szgnye.vmmi.org/balazs2007.htm> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Black, Max (2003): A reprezentáció természete. In: Horányi Özséb (szerk.): *A sokarcú kép: válogatott tanulmányok a képek logikájáról*. Második, módosított kiadás. Budapest: Typotex.

Danto, Arthur C. (1996): *A közhely színéváltozása*. Budapest: Enciklopédia.

Gombrich, Ernst (1972): *Művészet és illúzió*. Budapest: Gondolat.

Gárdonyi László (2010): A természethűség követelménye. *Holmi*, 5. sz.

György Péter (1998): *Digitális éden*. Budapest: Magvető.

Horváth Iván (2001): A hálózati kultúra fenomenológiája. <http://magyar-irodalom.elte.hu/vita/thi2.html> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Koskimaa, Raine (2000): Digital Literature: From Text to Hypertext and Beyond. <http://www.cc.jyu.fi/~koskimaa/thesis/thesis.shtml> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Landow, George P. (1997): Hypertextuális Derrida, posztstrukturalista Nelson? MEK. <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/muszaki/szamtech/multimed/landow.hun> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Manovich, Lev (2008): Az új média nyelve: Mi az újmédia? In: Gerencsér Péter (szerk.): Új, média, művészet. Szeged: Universitas Szeged.

McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: Signet Books.

McLuhan, Marshall (2001): *A Gutenberg galaxis*. Budapest: Trezor.

Molnár András (2009): Képzelet szülte valóság – Szilícium alapon. Fészek. <http://feszek.pte.hu/ujsag.php?tipus=cikk&cikk=2476&rovat=892&szam=81&evfolyam=12> (utolsó letöltés: 2011. július 13.).

Nyíri Kristóf (2007): Idő és kommunikáció. *Világosság*, 4. sz., 33–39.

Perez, Sarah (2009): Augmented ID: Augmented Reality Facial Recognition for Mobile. http://www.readwriteweb.com/archives/augmented_id_augmented_reality_facial_recognition.php (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Szűts Zoltán (2000): A hypertext. <http://magyar-irodalom.elte.hu/vita/tszz.html> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Szűts Zoltán (2009): Az új internetes kommunikációs formák mint a szöveg teste. *Szépirodalmi Figyelő*, 2. sz., 39–51.

Szűts Zoltán (2011): Torlódott galaxisok – A nyomtatott szöveg és a világháló korának párhuzamai. *Egyenlítő*, 7–8. sz. 60–66.

Tóth Barna (2004): Hipertext olvasás. www.interment.de/farkaspeter/golem/hipertext_olvasas.pdf (utolsó letöltés: 2011. július 12.).

Virilio, Paul (2005): *The Information Bomb*. New York: Verso.

Hiányos szerző vagy cím megjelöléssel

Beam me up, Wolf! CNN debuts election-night hologram'. http://articles.cnn.com/2008-11-06/tech/hologram.yellin_1_hologram-video-cameras-point-and-shoot?_s=PM:TECH (utolsó letöltés: 2011. július 12.).

Kinect, <http://www.xbox.com/hu-HU/Kinect> (utolsó letöltés: 2011. július 16.).

Mosaic -The First Global Web Browser http://www.livinginternet.com/w/wi_mosaic.htm (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Steps to create a layer <http://layar.pbworks.com/w/page/7783249/Steps-to-create-a-layer> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

Lábjegyzetek

1

Ezen ábrázolásmód során több kamerával egyszerre, szinkronban felveszik a jelenetet, és később, a vágás során, a lefagyasztott időt úgy ábrázolják, hogy az egymást követő képkockák az egymás melletti kamerák azonos időben felvett képkockái lesznek, ezzel a nézőnek olyan percepciója támadt, mintha megállt volna az idő, és csupán egy tárgy lenne mozgásban.

2

Szerencsére már meghaladtuk a képernyőről olvasható és a nyomtatott szöveg szembenállásáról szóló felfogást.

3

A fogalmat Ronald Azuma 1997-ben használta először A *Survey of Augmented Reality* című művében. A jelenség során érzékelők, valamint képernyő segítségével virtuális tárgyakat vagyunk képesek valós időben megjeleníteni úgy, mintha a tárgyi világ részei lennének.

4

A mass media-my media viszonyát egy eset rekonstruálásával foglalom össze. Az online felületen megjelenő hírek fogyasztásában is több szakaszt különböztethetünk meg. A kezdeti szörfözést a képzetesebb felhasználók körében mindinkább az RSS-olvasók használata váltja fel. Ennek köszönhetően a felhasználó személyre szabhatja, milyen weblapokról és/vagy milyen tematikájú tartalom jelenjen meg folyamatosan frissítve az RSS-olvasójában. A Yahoo ezt a szolgáltatását nem túl találóan My Yahoo-nak nevezi. A rendszer azonban nem tesz különbséget *mainstream* híroldalak és blogok között – de ezen összefüggés elemzése már nem vezetne közelebb az augmentált valóság kérdéskörének megválaszolásához.

5

Magyarul hívhatjuk használhatóságnak, webergonómiának is.

6

A konzolnak mint eszköznek a kiemelése a videojátékok kontextusából – mint a későbbiekben majd látni fogjuk – az irányíthatóság szempontjából jelentős, a számítógépeken futtatott játékok esetében e téren változásokkal nem találkozunk.

7

Az emberi test, valamint a Dinoszauruszok. <http://us.dk.com/nf/Book/BookDisplay/0,,9780756672164,00.html> (utolsó letöltés: 2011. július 15.).

8

Ez a meglátás már átvezet a Gombrich által interpretált, és szerinte a valóságban nem létező romlatlan, elfogulatlan szem kérdéséhez is. Fontos felhívni a figyelmet rá, hogy ez a romlatlan szem egy olyan szerkezet integrált része, melynek létrehozásánál az egyik legfontosabb szempont az volt, hogy a megtévesztésig hasonlítson az emberére, ám működése közben mindvégig eszközként funkcionáljon, döntéseit pedig csupán a ráció befolyásolja (Gombrich, 1972: 270).

9

Már 1948-ban Morotn Heilig egy Sensorama nevű motorkerékpár-szimulátort készített, mely kép-, hang-, rezgés- és szageffektusokat közvetített a felhasználó felé.

10

„I want you to watch what we're about to do, because you've have never seen anything like this on television”, http://articles.cnn.com/2008-11-06/tech/hologram.yellin_1_hologram-video-cameras-point-and-shoot?_s=PM:TECH (utolsó letöltés: 2011. augusztus 23.).

11

A negyedik, most feltörő képernyőt, a tabletet a számítógép és a mobiltelefon közti átmenetnek tartom, mely immár az új környezetben született, így természeténél fogva konvergens.

12

http://www.livinginternet.com/w/wi_mosaic.htm

13

Steps to create a layer, 2011. augusztus 21.

14

Az eszköz szöggyorsulás mérésére alkalmas, és lehetővé teszi az x, y, z tengelyek mentén való elmozdulás érzékelését.

15

Ezzel egy időben idézzük fel, hogy az így megjelenő tartalom nagy része közösségi munka eredménye.

16

A leírásból rögtön több technikai jellegű, azonban fontos probléma látszik kirajzolódni: az alkalmazás „élvezhetőségének” feltétele egyrészt a megfelelő mobil sáv szélesség, másrészt a minél valóságosabb megjelenítésre alkalmas kijelző.

17

A POI különböző (GPS Global Positioning System – Globális Helyzetmeghatározó Rendszer) programok által használt kifejezés, mely a térképszoftverek készítői szerint a felhasználó számára fontos helyek, pontok jelölésére szolgál.

18

A valóságban már 2009-ben készülöben volt a rendszer (Perez, 2009).

19

Ezen a gondolatmeneten továbbhaladva bizonyára felmerülne a megfigyelés, a Big Brother jelensége.

20

„Ezek a szövegek nyílt narratívák, az olvasó szabadon mozoghat az előtte kibontakozó narratív univerzumban. A befejezések olyannyira nyitottak, hogy akár a számítógép is felajánlhat egyet az olvasó/játékos viselkedése alapján, ugyanakkor lehetséges, hogy a szöveg az olvasás során (valós időben) íródjon, az olvasó maga is szereplővé léphet elő. Az interaktivitás nem kibontja, hanem megalkotja a történetet. [...] A] MUD (Multiple User Dimension) tulajdonképpen a szerepjátékok (RPG-k) számítógépes változata, melyet a számítógép memóriájában megalkotott és eltárolt virtuális helyek és szabályok alapján játszanak. A játékosok a saját maguk által kitalált személyiségek (szerepek, karakterek) bőrébe bújva járják be a virtuális világot, miközben más játékosokkal találkoznak.” (Tóth, utolsó letöltés: 2011. augusztus. 21.)

21

A Microsoft promóciós weblapjáról idézek: „A Kinect rendkívül újszerű módon kelti életre a játékot és a szórakozást, méghozzá kontroller nélkül. A Kinect megszabadít a technológia béklyóitól, és így kötöttségek nélkül játszhattok. [...] A kontroller nélküli irányítás annyit jelent, hogy az egész tested a játékban van. A Kinect reagál a mozdulataidra. Ezért ha rúgnod kell, akkor rúgj! Ha ugornod kell, ugorj! Már tudod is, hogyan kell játszani” (xbox, utolsó letöltés: 2011. augusztus 21.).



Legolvasottabb

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

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

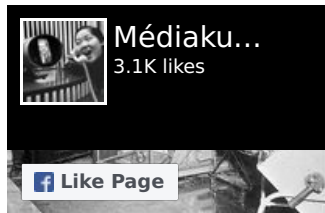
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2011 ősz

Új média

[Ferencz Bettina](#) - [Rétfalvi Györgyi](#):

Közösségi hálózatok és médiadisztribúció:

a Nol.hu a Facebookon

A tanulmány a Facebook közösségi oldal szerepét vizsgálja a Nol.hu médiadisztribúciójában. Az újságírás jövőjével kapcsolatos diskurzusok rendre azt firtatják, milyen lesz a jövő újságja, noha a hálózati társadalom kontextusában inkább azt a kérdést lenne időszerű feltenniük, hogy milyen legyen a hírszervezet kapcsolata a késő-modern, komplex médiakörnyezetben a közösséggel, amit szolgál. Mivel a médiakörnyezet egyik unikális sajátossága a folyamatos változás, ezért azt állíthatjuk csupán, hogy a közösségi hálók közül pillanatnyilag a Facebook és a Twitter mikroblog megkerülhetetlenek az online disztribúcióban. 2007 óta figyelhető meg a minőségi online újságírásban, hogy a hírleveles és weboldalas terjesztés mellett egyre több alternatív módon kínálnak elérést a saját tartalmaikhoz, melyek közül a közösségi médiában való terjesztés kiemelt jelentőségű. A Hírmátrix mellett, a twitteres és a facebookos¹ megjelenések a Nol.hu számára alternatív web2-es eléréseket jelentenek, ahonnan új olvasókat csatornázhatnak be az újságnak. Ez a tanulmány azt vizsgálja, hogyan használja ki a Népszabadság Online a Facebook közösségi hálózat interaktív disztribúciós felülete adta lehetőségeket.

A közösségi hálózatok

A Facebook típusú közösségi hálózatok vagy a Burján András (2010) által preferált kifejezéssel élve közösségi ismeretségi oldalak legfőbb jellegzetessége az a médiafelület, amelyen elterjedtek. Ennek oka az, hogy az új típusú közösségek csak ezen a felületen jöhettek létre, technikai fejlesztésük összefonódott az internet-technológia továbbfejlesztésével. Az internet interaktív és participatív potenciálja teszi lehetővé és támogatja a közösségek spontán önszerveződését, illetve a közösségeken belüli közvetlen kommunikáció akár egyszerre többcsatornás megoldásait is (Vályi, 2004: 2). A Facebook a késő-modern médiakörnyezet logikus következménye: a digitalizáció, a médiakonvergencia tette lehetővé létrejöttét és alapvető sajátosságai közé tartoznak az összekapcsoltság, a hibriditás, a fragmentálódó felhasználók/vagy közönség (Quinn & Filak, 2005: 8) és a „szabadon vándorló tartalmak”.

„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 táráként működik, kulcsszereplője pedig a jelentés- és identitáskonstruáló médiahasználó” (Myat, 2010: 47).

A Facebook interaktív potenciálja nagyon magas, ami szükségképpen magával vonja azt is, hogy a Facebook-usek átlagos felhasználói aktivitása is magas.

Boyd és Ellison (2007: 2) úgy határozták meg a közösségi hálózatok internetes felületeit, mint egy web adatbázist, ami megengedi az egyéneknek, hogy személyre szabott nyilvános vagy félig nyilvános profilt, azaz online arcukat hozzanak létre. Az egyik fő tulajdonsága ezeknek a hálózatoknak, hogy a tagok láthatják a többi felhasználót és azokkal kapcsolatba léphetnek. Ezekben a kapcsolatfelvételeken keresztül válik láthatóvá az egyén kapcsolati hálója. Tehát három fő szempontnak mindenképpen meg kell felelnie egy internetes közösségi oldalnak ahhoz, hogy közösségi hálózatnak lehessen tekinteni. Első, hogy a használók publikus vagy félpublikus profiloldalt alkothatnak maguknak. Második, hogy a honlap kontaktusra ad lehetőséget a tagok között. Harmadik, hogy a felhasználók nemcsak saját, hanem a többi ember kapcsolatait és adatait is láthatják (Boyd & Ellison, 2007: 2). (Az utóbbi feltétel a Facebookon 2010 óta már nem 100 százalékban teljesül, mert a közösségi hálózaton a személyes adatok védelmében a felhasználó hatáskörébe utalták azt, hogy kinek és milyen mélységig engednek láttatni a profiloldalukból és a kapcsolataikból.) 2009 nyarán, amikor a Népszabadság Online a Facebookra regisztrált, annak szerkesztői dönthettek volna úgy is, hogy az akkor Magyarországon népszerű Iwiw-re jelentkeznek fel, mégsem így tettek. Jó érzékkel a világ legnépszerűbb közösségi oldalát választották, melynek 2011 nyarán világszerte már több mint 689 millió tagja van. „Ha a Facebook egy ország volna, akkor a világ hatodik legnépesebb állama lenne”

(Békés, 2009: 16), bár a legfrissebb adatok visszaesésről szólnak az USA, Kanada és Nagy-Britannia esetében, Magyarországon még most is havi 110 ezres növekedés mutatkozik (Socialbakers, 2011). Az online újságok szempontjából természetesen a hálózat mérete kiemelkedően fontos, hiszen minél nagyobb egy közösségi hálózat, annál több embert képes elérni az újság a közösségi marketingstratégiák segítségével. Hírhedt Mark Zuckerberg megjegyzése a 2007-es davosi Világ gazdasági Fórumon, a Nemzetközi Média Tanács szekciójában egy vezető napilap által feltett kérdésre, amely azt firtatta, hogyan tudna közösséget kiépíteni a tartalmi köré. Zuckerberg válasza az volt, hogy sehogyan, mert ezek a közösségek már léteznek, a célszerű az, ha a meglévő hálózatokon éri el az újság az online közösséget (Jarvis, 2010: 9). A közösség méretén kívül van azonban egy aktuális aspektusa is annak, hogy napjainkban a nyilvánosság figyelme a Facebookra irányul. A közel-keleti események (Munthe, 2010: 15-17), az indonéziai (Bayuni, 2010: 68-70), a kolumbiai és egyéb történések (León, 2010: 137-139), illetve az új magyar médiatörvény óta, sokak szemében a Facebook szimbolikusan és gyakorlatban is, a szabad szólás egyik utolsó bástyájává avanzált (Bozóki, 2011: 34). Ezért is nagyon természetes, hogy a közösségi hálózatok felületein az éppen nem támogatott magyar online újságok aktivitása növekedjen.

A közösségi hálózat ereje tagjainak nagy számában és a tagok által kialakított csoportok létrejöttében rejlik. A kapcsolati hálózatoknak két alapvető aspektusuk van, függetlenül attól, hogy egy családról van szó vagy a Facebookról. Az egyik, hogy léteznek bennük kapcsolatok – pontosabban regisztrálva van, hogy ki kivel áll kapcsolatban. A második aspektus pedig, hogy a kapcsolatainknak átadott információ, üzenet terjedni fog (Christakis Fowler, 2010.: 32). A Népszabadság Online esetére vetítve, amikor rajongói kiposztolnak egy cikket a hírfolyamukba, akkor az szétterjed a kapcsolati hálón keresztül a többi felhasználó között. Természetesen sok befolyásoló tényezőtől függ, hogy mennyire széles körben áramlik át az üzenet a hálózaton. Függetlenül attól, hogy miről van szó, és kik azok, akik posztolják.

Ahhoz, hogy megértsük ezeknek a hálózatoknak a működését, tisztában kell lennünk a kapcsolatok és a terjedés néhány alapszabályával. Az első ilyen, hogy az emberi lények szándékosan alakítják és állandóan módosítják a kapcsolati hálókat. Ennek legszemléletesebb példája a homofília, azaz tudatos vagy ösztönös törekvés arra, hogy a hozzánk hasonlókkal alakítsunk ki kapcsolatot. Legyen szó akár a Túró Rudi vagy a Kis Pál és a Borz kedveléséről vagy egy online újság olvasásáról. Ezek mind összehozzák a felhasználókat (Christakis & Fowler 2010: 33).

Három tulajdonsága miatt kedveljük ezeket a kapcsolati rendszereket. Először is azért, mert eldönthetjük, hogy kivel, mivel szeretnénk kapcsolatba lépni. A Nol.hu oldalra bármikor be lehet lépni, de bármikor le is lehet azt tiltani. Másodsor, hogy befolyásolhatjuk, milyen sűrűn használjuk ezt a kapcsolati hálót. Hiszen akár a nap minden percében fent lehetünk az oldal felületén, de úgy is dönthetünk, hogy hónapokig felé sem nézünk. Harmadsor azt is eldönthetjük, mennyire akarunk a kapcsolati háló középpontjában lenni. Választhatjuk azt, hogy sosem szólunk hozzá egy cikkhez, nem fejtjük ki a véleményünket a Facebook nyilvánossága előtt, de ennek az ellenkezőjét is megtehetjük bármikor (Christakis & Fowler 2010: 33).

A kapcsolati hálóban elfoglalt helyünk és a barátaink hatással vannak ránk. Pontosan ezért nem mindegy, hogy a kapcsolati hálózatokon mi áramlik keresztül. A megfertőzés, megfertőződés lélektanához tartozik, hogy alapvető emberi tulajdonság az utánzás készsége és igénye. Amikor egy felhasználó úgy dönt, hogy rajongója lesz a Népszabadság Online Facebook-oldalának – tehát rákattint a „lájk” gombra –, akkor a hírfolyamában az összes barátja tudtára adja, hogy neki tetszik ez az oldal, és ezen túl követni fogja. Az által, hogy ez nyilvánossá válik, más ismerősei is úgy dönthetnek, hogy csatlakoznak az oldalhoz. Ez a tulajdonság is a disztribúciót segíti elő. Nemcsak a barátainkat utánozzuk szívesen, hanem a barátaink barátait is (Christakis & Fowler, 2010: 38). A Facebookon beállítható, hogy mekkora távolságig lehessen látható a profilunk, tehát az a hatósugár, ami a terjesztést segíti elő, sokkal messzebbre nyúlhat a közvetlen ismerőseink körénél.

A kapcsolati rendszerek mozgatórugói a tagok, de a hálózatok saját életet is élnek. A Facebooknak is vannak olyan tulajdonságai és jellegzetességei, amelyeket a hálózatot alkotó egyének sem képesek irányítani, sőt ennek tudatában sincsenek. Makroszintű tulajdonságok, vagyis az egész hálózatra jellemző vonások, amelyek a részek közötti kapcsolatokra vezethetők vissza (Christakis & Fowler, 2010: 42).

A Facebook jellemzői az online disztribúció horizontjáról

A felhasználók olyan társadalmi tőke birtokába jutnak, ami százmilliókat vonz a Facebook-világfaluba (Békés, 2009: 18), amely nemcsak profilt és imázst enged építeni, hanem virtuális otthont teremt a felhasználóinak. Többek között pedig olyan fórum, ahol virtuális kontinuitásban találkozhatunk az életünkben szerepet játszó emberekkel. A Facebook ezen felül lehetőséget ad arra, hogy átlátszóvá tegyük az önmagunk és a közszereplők közötti válaszfalat, a befogadók és a tartalomszolgáltató professzionális újságírók közötti válaszfalat és viszont, azáltal, hogy online kapcsolatot teremtünk velük a Facebookon keresztül (Petersen, 2010: 120).

Az újságírás a késő-modern médiakörnyezetben azzal szembeesül, hogy újra és újra változnia kell. Az egyik változás a közösségi média megjelenése és a nem professzionális felhasználók tartalom-előállítóvá való előléptetése, ahogy Rusbridger találóan szemlélteti:

„Minél jobban megtanuljuk bevonni a felhasználókat abba, amit csinálunk, annál gazdagabb és hitelesebb az újságírásunk. Pontosan ugyanúgy, ahogy a web többi területén is működik ez. De az végül is tőlünk függ, hogyan tapasztaljuk ki és hogyan válunk elsőkké az újságírás új formái ban”² (Rusbridger, 2011: 14).

Tehát az online újságoknak a késő-modern médiakörnyezet folyamatos változásában újra és újra meg kell találniuk az éppen aktuálisan működő disztribúciós felületeket és új sajtóműfajokat, melyeken keresztül a lehető legtöbb

felhasználót érhetik el a tartalmaik számára.

A Facebook többek között a New York Times, a Washington Post és a BBC számára is fontos terjesztési felület. Milyen új alkalmazások, fejlesztések tették ilyen értékessé az újságírás szempontjából? Az áttörést a Magyarországon „hírfolyamként” ismert szolgáltatás hozta meg. Ezt a funkciót 2006 szeptemberében építették bele az oldal struktúrájába. A program egyfajta személyre szabott hírszolgáltatást jelent, ami megkönnyíti a felhasználók közötti láthatatlan információáramlást. Az alkalmazás segítségével minden hír – akár az, hogy párkapcsolatba léptünk valakivel vagy írtunk egy másik ember üzenőfalára – megjelenik minden ismerősünk hírfolyamában. Tehát ennek köszönhetően a legkisebb változásról is széles körben kapnak értesítést az ismerősök (Petersen, 2010: 125). Ez az egyik oka annak, hogy a Nol.hu is regisztrált az oldalra. Ha ez a funkció nem létezne, akkor a Népszabadság Online nem használhatná folyamatos hírközlésre a felületet.

Három évvel később, 2009 szeptemberében szinte minden alkalmazásba beépítették az angolul „Like”, nálunk „Tetszik” – gombot. Ennek a funkciónak a segítségével a tagok tetszésüket fejezhetik ki bármivel kapcsolatban. Ez a lehetőség akkor vált még hasznosabbá a hírportálok számára, mikor a felhasználók már nemcsak a belső, üzenőfali bejegyzéseket, hozzászólásokat, videókat, képeket tudták „lájkolni”, hanem a funkció az egyes honlapok, többek között az online újságok struktúrájába is beépíthetővé vált. Így a Facebookon kívülről is lehet már „lájkolni”. Újítás az is, ha valaki rákattint egy „lájk” gombra például egy újságcikknél, akkor az alkalmazás azt az írást automatikusan kiegészíti az illető hírfolyamába. Egy ilyen „lájkos” megosztás a tartalom terjesztésében láncreakciót indíthat el.

2010 áprilisában ismét újított a Facebook, megjelent a „Page” – magyarul oldal – készítésének lehetősége. Ez azért számított újdonságnak, mert a többi közösségi hálón csak rajongói csoportokat lehetett létrehozni. A Népszabadság Online is „page” felületet hozott létre. A Facebook page egy személy, cég vagy termék hivatalos felülete. Az oldal és az oldal üzenőfalára kirakott hírek szuper nyilvánosak, mindenki látja az internetes keresőkben azokat, míg a csoport esetében beállítható, hogy csak a regisztrált felhasználók követhessék az eseményeket.

Az oldal új információi azonnal megjelennek a tagok hírfolyamában, így az emberek akkor is olvashatják őket, ha nem látogatnak el a cég Facebook-oldalára. Egy csoportnál a tagok csak akkor látják a megosztott adatokat, ha megnézik a csoport felületét. Az oldalhoz külön engedély nélkül bárki csatlakozhat, míg csoportnál be lehet állítani, hogy ki léphessen be. Ezek a legfontosabb szempontok, ami miatt a Népszabadság Online a „page” lehetőséget választotta (Netorius, 2010).

Közösségi média azonban csak akkor segíti elő egy médium disztribúcióját, ha az energiát fektet egy oldal működtetésébe. A Népszabadság Online esetében látható, hogy a disztribúcióra hármas hatást fejt ki a Facebook page aktív működtetése. Az első, hogy segít növelni a Nol.hu olvasóinak számát, valamint a közösségi portál adottságai miatt az olvasói réteget is bővíti. A második, hogy interaktív felületének köszönhetően közelebb hozza az olvasókat a laphoz. Továbbá olyan marketingstratégia kiépítésére is alkalmas, amit pozitívan fogadnak a rajongók. A következő alfejezetben a Nol.hu útját vizsgáljuk meg a Facebook-csatlakozásig.

A Nol.hu fejlődésének fontosabb állomásai a Facebook-csatlakozás előtt

A Népszabadság Online a Népszabadság napilap internetes mutációja. A Nol.hu ötlete már 1995-ben felvetődött,³ de végül 1996 áprilisában, az internet-boom évében készült el. Az indulás nem volt dinamikus, mert nem volt hatékony online stratégiájuk, az offline médiaháttér nélküli Index és Origó ezért is tudott nagy helyzeti előnyhöz jutni az online médiatérben (vö.: Bodoky, 2005). Alapításkor a szerkesztőség tíz főből állt. Az online változat a nyomtatott lapból átemelt cikkeken kívül önálló anyagokat is készített, és cikkeit képekkel illusztrálta. Az akkoriban elvárható szolgáltatások közül hírlevéllel, chattel, fórummal, időjárás-jelentéssel és órával rendelkezett, viszont az ingyenes e-mail-szolgáltatás nem volt még elérhető (Fülöp, 2002). A következő fontos fejlesztés a web2 irányába a 2004 júniusában beindított blogszolgáltatás volt, amit „NolBlog” névre kereszteltek. Szabadon lehet rá regisztrálni, és nagy előnye, hogy magyar a felhasználói nyelv. A kezelőfelülete is sokkal barátságosabb és átláthatóbb, mint a hasonló külföldi portáloké.

2008 októberében megújult a Népszabadság Online. Az oldal új arculatot kapott, és tartalmi változásokkal is modernizálták a fejlesztők. A portál egyik érdekes módosítása volt, hogy az addigi gyakorlattal szemben a nyomtatott lap cikkei nem voltak teljesen elérhetőek. Elindították viszont a NolTV-t, ami kezdetben a videomegosztást helyezte előtérbe, de azóta folyamatosan egyre nívósabb, saját gyártású szerkesztőségi tartalmakat is megjelentet. Az online lapra látogatók vagy a Nol.hu bloggerek – akiket a szerkesztők „Nollerek”-nek neveztek el – is tölthettek fel saját filmeket. A cikkekhez ekkor már közvetlenül hozzá lehetett szólni. A Népszabadság hivatalos oldalán olvasható, hogy még ugyanebben az évben, egy hónappal később, a magyar lappiacon elsőként vezette be az integrált szerkesztőség működését. Az új rendszerben tehát egy egységes szerkesztőségi vezetés irányítja a napilap és az online hírportál működését. Annak érdekében, hogy az újságírók hatékonyan tudjanak dolgozni, egy új, egybenyitott irodát is kaptak, ahol lehetőségük nyílt a folyamatos konzultációra. A konvergencia vagy integrált szerkesztőség megteremtése volt a cél, azaz folyamatos együttműködés kialakítása a print és az online között.

Az online területen ugyanakkor a létszámban visszaesés figyelhető meg, mely a 2009-es gazdasági válság hatására indult és azóta is folytatódik, és amelyet a Népszabadság azzal kompenzál, hogy a nyomtatott felület újságírói kezdenek el az online felületre is dolgozni.⁴ A médiakonvergenciával kapcsolatos legnépszerűbb mítoszok egyike, hogy a sokoldalúan képzett, hátizsákos újságíró egymaga több hírt képes előállítani, mint kevésbé sokoldalú kollégái, ezzel költséget takaríthat meg a szerkesztőségnek (Quinn & Filak, 2005: 14). Holott ideális esetben az

újságíró szempontjából a multimédiás vagy digitális írástudás elsajátítása nem pozitív mennyiségi változást jelent a hírek számában, hanem azt, hogy az aktuális információt a tartalomnak vagy a szituációnak, médiafelület(ek)nek optimális médiaformátumban dolgozzák fel.

2009 januárjában vezette be a Nol.hu az RSS elérést, és április közepétől elindította a Hírmátrix szolgáltatást. Ebben az évben több infografikai fejlesztésük is volt. Az egyik ilyen a „politográf”, amely az egyén értékrendjét vizsgáló kérdőív kitöltésével meghatározza az olvasó helyét a gazdasági, társadalmi és kulturális értékek koordinátarendszerében. Az akkori trendeket követve júniusban regisztráltak a Twitter mikroblogra, ahol a követőket rövid bejegyzésekkel, csiripekkel értesítik az aktuális eseményekről, majd 2009. szeptember 1-jén csatlakoztak a Facebookhoz. A Népszabadság Online a 2010-es évet korszerű fejlesztésekkel nyitotta: elkészült a mobiltelefonra optimalizált honlap, ami élvezhetőbbé, interaktívabbá tette a Nol.hu tartalmainak elérését. Ez azt jelenti, hogy a vezető és legolvasottabb cikkeket, blogbejegyzéseket közvetlenül elérhetik az emberek a telefonjukról, és kényelmesen megoszthatják azokat a Facebookon és a Twitteren is. Még ebben az évben több új twitteres csatornát is indítanak, mint nolhu/közélet, nolhu/szerki, nolhu/noller, nolhu/apps, nolhu/barcmap, nolhu/szerkivoks. Év végére a Népszabadság Online legfrissebb hírei elérhetővé váltak iPaden, iPhone-on és androidos telefonokon is, ahol újabb kényelmi szolgáltatásokat vezetnek be: a cikkek betűnagysága és a képernyő napszaknak megfelelő nézete állítható, a megosztás funkciót egy alkalmazás segítségével egyszerűsítik. A galéria rovatban válogatások láthatók a Népszabadság fotósainak és a hírügynökségeknek a legjobb képeiből, míg a további menüpont alatt rovatokat válthat az olvasó, illetve megszerkesztheti, személyre szabhatja, hogy mely rovatokat kívánja a leggyorsabban, a nyitóképernyőről elérni (Nol.hu, é. n.).

Ahogy már korábban említettük, az újabb kommunikációs technológiák elterjedése által létrejött késő-modern médiakörnyezet hatással van a hírgyűjtő módszerekre, a témastruktúrára, a felületekre, a közösséggel való kapcsolatokra is. A hírmédium a közösségtől származó információkat beemelheti a hírfolyamába és közölheti azokat az online újság felületén (Tasnádi, 2009: 34-35). A komment ingyen van – jegyzi meg találóan Alan Rusbridger (2010: 13).

Ezek a technikai újítások mind azt szolgálják, hogy az olvasók több időt töltsenek az online újság felületén és több cikkre kattintsanak rá, hiszen a napilapok is profitot akarnak termelni maguknak. Ennek egyik alapfeltétele, hogy a látogatottság és a klikkszám magas legyen. A 2011 márciusában a Google Analytics segítségével nyert adatok szerint a honlapra átlagos napokon százezer, kiemelkedő napokon akár kétszázezer olvasó érkezik.

1. ábra A Népszabadság Online látogatottsági adatai 2011. 02.27–2011. 03. 29. között



Forrás: Nyusztay Máté, a Google Analytics segítségével

Tehát a Népszabadság Online szempontjából nem mindegy, hogy mi alakítja ezeket a számokat, hiszen ez határozza meg a profitot is.

A Népszabadság Online csatlakozása a Facebookhoz

Mint minden új szolgáltatás bevezetése előtt, a Népszabadság Online Facebook-csatlakozása előtt is meg kellett ismerni az új disztribúciós felület működését és lehetőségeit. Elsőként a Nol.hu barátainak köre csoport – nem rajongói oldal – csatlakozott a Facebookhoz, amit Léderer Pál regisztrált 2009 tavaszán. Ezt csak a Népszabadság Online munkatársai használták, ami azt jelenti, hogy nem rajongói oldal volt. Mégis fontos szerepet játszott abban, hogy a lap szerkesztői tapasztalatokat szerezzenek arról, milyen felületet érdemes indítani a közösségi oldalon. „Azt már sejtettük, hogy nem csoportot (group), hanem oldalt (page) kell alapítanunk” (Sós B., 2011). Ekkor már a Nol.hu működtette a Twitter-oldalát, de az nem talált széles körben követőkre. Sós B. Péter szerint ennek egyik oka, hogy nem volt olyan munkatársuk, aki megfelelően, napi szinten tudott volna foglalkozni a mikrobloggal. Éppen ezért az alapítók hezitáltak, hogy regisztráljanak-e egyáltalán a Facebookra, de végül 2009. szeptember 1-jén Nyusztay Máté megalapította a Nol.hu Facebook oldalát. Az első időkben ő egyedül szerkesztette a felületet. Felmerült a kérdés, hogy miért nem az Iwiwre – az akkor négymillió magyar felhasználóval rendelkező közösségi hálózatra – regisztráltak, ami sokkal népszerűbb volt. „...az Iwiw nem lett volna rá megfelelő, és nem is hittünk benne” – mondta Nyusztay Máté (2011). Az is befolyásolta a döntést, hogy a Nol.hu folyamatosan monitorozza a nemzetközi online médiát, és a külföldi vezető hírportálok, a CNN, a New York Times, a Washington Post is a Facebookra regisztráltak.

A célt, hogy ezen a felületen keresztül is növeljék a Népszabadság Online látogatottságát, már a csatlakozás kezdeti időszakában sikerült elérniük. A portál a harmincadik helyen indított azon a listán, ahol felmérik, honnan érkeznek a kattintások az online oldal cikkeire.

„Néhány hónap alatt több mint ezer felhasználónk lett, és a tizedik helyre lépett elő az előbb említett listán. Pedig ekkor még nem alkalmaztunk marketinges fogásokat, és csak Nyusztay Máté foglalkozott vele” (Sós B., 2011).

Sós B. Péter szerint három ötletnek tulajdonítható a siker. Az egyik, amiről már szó volt, hogy nem hagyták gondozatlanul az oldalt, hanem folyamatosan tették ki a híreket az üzenőfalra, ami a követők hírfolyamában automatikusan megjelent.

„Ezen felül mindketten fontosnak tartottuk, hogy ne arctalanul, mint egy lelketlen robot osszuk meg a híreket, hanem elővágottuk a cikkeket a facebookos olvasói körnek megfelelően, és a szerkesztők

aláírták őket a saját nevükkel” (Sós B., 2011).

A harmadik szempont pedig az volt, hogy a hozzászólásokban is megjelenjen a Nol.hu íróinak neve. A „Posztolj innen!” szlogennel biztatták a rajongókat arra, hogy beindítsák a forgalomnövekedést. „De ezt inkább kísérletezésnek nevezhetjük, semmint átgondolt marketingstratégiának” (Sós B. 2011).

Ezt követően 2009 telén tettek ki először marketinges posztot, bár nem tudták, hogyan reagálnak majd rá a rajongók. Végül ezt a próbálkozást is sikerrel zárták, mert átgondolt és jól megtervezett, a Facebook-oldal olvasói körének megfelelő játékot kínáltak. A nyeremények is a célközönségre voltak targetálva, a World Press Photo kiállításra vagy Péterfy Bori-koncertre lehetett jegyeket nyerni.

„Nekem az a tapasztalatom, hogy a tömegmarketing csak megölte volna az egészséget, hiszen a Nol.hu Facebook-oldala pont azért működik jól, mert egy remek közösség követi, akinek az igényeit figyelembe kell venni” (Sós B., 2011).

A Népszabadság Online Facebook-oldala marketinges szemszögből

A digitális médiában a közösségi marketing abban különbözik más marketingstratégiáktól, hogy a késő-modern mediakörnyezetnek megfelelően aktív eszmecserére törekszik a lehetséges és a korábbi fogyasztókkal. Az interaktív felületnek köszönhetően lehetőséget nyújt a meglévő ügyfelek és a lehetséges ügyfelek közötti kapcsolatteremtésre, a cég és a vevők közötti lojalitás megszilárdítására, és segít növelni a vásárlói elégedettséget. Két típust különítünk el: az organikust, amit a fogyasztók kezdeményeztek, ez felel meg a Facebookon a rajongói oldalnak, és a szponzoráltat, amit a cég indított, ez felel meg a Facebookon a Nol oldalának. A közösségi marketing előnye, hogy valódi, kétirányú kommunikációra képes, ezáltal lebontja a kommunikációs gátakat (Zarella, 2010: 1-3). A Nol.hu Facebook-oldalán a közösségi marketingben alkalmazott interaktív nyereményjátékokat is gyakran indítanak, amelyek nemcsak arról szólnak, hogy „lájkold” az oldalt, hanem különböző, kreativitásra ösztönző feladatokat adnak. Például 2011 áprilisában jelent meg „Mérlegelj” szlogennel egy új kampány, amely a nyomtatott lap átalakítása kapcsán indult el. A játék keretein belül ellentéppárokkal reflektálnak a közéleti vitákra, és erre kéri a rajongókat is. Azok, akik a legtalálóbban adják vissza a közéletet jellemző vitákat, esetleg azok színvonalát, egyéves vagy három hónapos Népszabadság-előfizetést nyerhetnek a helyezés függvényében. Az oldal a design mellett a tartalom átadásának formáival is a legújabb trendet követi. Az interaktív infografikát a tartalom alternatív kommunikálásának professzionális eszközévé tette.⁵

A Facebook-oldal követőit a szerkesztők még a cikkek megjelenése előtt értesítik a fontosabb hírekről, ami azt a hatást kelti, hogy a Facebook-oldal követői fontosabbak, mint a nyomtatott napilapot vagy az online újságot olvasó közönség.

A hírportál megfelel a közösségi média felhasználói igényeinek. Kielégíti a rajongók exkluzív elvárásait is, mert a Népszabadság Online szerkesztői lépést tartanak az újításokkal, igyekeznek újra és újra egyedít nyújtani a felhasználóknak, mint amilyen a „Hírmátrix”-fejlesztés is volt 2009-ben. A Hírmátrix alternatív címlap, amelyen a színes és változó felületnek köszönhetően az olvasók nyomon követhetik a legforróbb száz újságcikk olvasottságát. Ez egy olyan tartalomaggregáló felület, amely különböző színű és nagyságú négyzetekben egyidejűleg jeleníti meg a cikktermést, a blogbejegyzéseket és videókat, illetve azok pillanatnyi látogatottságát és forgalmát. A hazai internetoldalakon ez az első olyan szolgáltatás, amely az olvasottságot adott pillanatra vetítve vizuális eszközökkel jeleníti meg, szó szerint képbe hozva ezzel a felhasználót. A Hírmátrix a „tömegek bölcsességét” vizualizálja, ezen a felületen az egyes cikkeknel a hírértéket az határozza meg, hogy hány olvasó tartotta fontosnak rákliccelni. A felületen csak a cikk-headerek láthatóak és a betűméret mutatja, melyek a legolvasottabb cikkek, így a hírérték jól láthatóan jelenik meg. Az új szolgáltatás először csak a honlapon keresztül volt elérhető, majd a Facebook-oldalra is felkerült.

2.ábra: A Népszabadság Online Facebook-oldala (2011.04.06.)



Forrás: Nol.hu Facebook-oldal

Az oldal metamédiaként is működik, reflektál önmagára és a mediakörnyezetre is. Kiállításokról, a sajtóval kapcsolatos kulturális eseményekről is tájékoztatják az olvasókat, például a 2010-es Magyar Sajtófotó kiállításra is küldtek meghívókat a tagoknak. Kihhasználják a Facebook adta közösségi marketinges technikákat és szoros kapcsolatot építettek ki az olvasó/felhasználó és a Nol.hu között.

A Facebook szerepe a Nol.hu disztribúciójában az adatok tükrében

Ahogy már említettük, a Népszabadság Online Facebook-oldalának szerkesztői azt a célt tűzték ki maguk elé, hogy személyesebb viszonyt alakítsanak ki az olvasókkal. Ezzel olyan rajongói kört sikerült biztosítaniuk maguknak, amely erősen kötődik az online újsághoz. A Facebook Analytics⁶ statisztikáiban ez jól látszik. Azt is lehet látni, hány tag tiltja le az oldalt a hírfolyamában. „A mi esetünkben ez a szám elenyésző, mert a minket olvasó embereknek tetszik, amit csinálunk, ezért aktívan részt is vesznek az oldal életében” (Sós B., 2011). Ezt mutatja a 3. ábra, amin látható, mennyit lájkolnak (az ábrán a legmagasabb érték) és mennyit kommentelnek (a közepes érték), vagyis mennyire aktívak a tagok, és hogy hányan iratkoztak le (a legalacsonyabb érték). Jól megfigyelhető, hogy ez egy folyamatosan hullámozó rendszer, sosem lehet teljesen biztos a szerkesztő, melyik poszt vagy megosztás lesz sikeres.

3. ábra: A Nol.hu Facebook-oldalának felhasználói aktivitása



Forrás: Nyusztay Máté, Facebook Analytics segítségével

„A Facebook-oldal egy aknamező” – ez a benyomása Nyusztay Máténak az egyfolytában változó közösségi hálózatról. Ugyanis, ha az ember rossz posztokat vagy túl sok posztot tesz ki vagy rossz marketinget követ, akkor a rajongói kiutálják, leiratkoznak. Ennek az az oka, hogy a felhasználók nemcsak az online újság posztjait akarják látni a hírfolyamukon, hanem barátaik bejegyzéseit is. „Az oldal irányítása inkább egy szörfözésre hasonlít, amit érzésből lehet csak csinálni. Figyelni kell az aktuális top trendeket és azt, mit látnak szívesen az olvasók” (Nyusztay, 2011). Például a Nol.hu esetében sosem fordult elő, hogy töméntelen mennyiségű bejegyzéssel megtámadták volna a rajongók az oldalt. A hírekről leiratkozók száma is alacsony, átlagosan tíz-húsz között ingadozik. Ez látható a 4. ábrán.

A szerkesztők abból is levonhatják a következtetéseket, ha egyik nap többen tiltják le az oldalt, mint máskor. Akkor ez a jelenség feltehetően azt mutatja, hogy valamit kifejezetten rosszul csináltak abban az időintervallumban. Például túl sok posztot tettek ki vagy nem megfelelően válogatták ki a híreket. A szerkesztő a közösségi médiában folyamatos trendszörfözésre kényszerül.

4. ábra: Azoknak a Nol.hu-rajongóknak a száma, akik letiltották hírfolyamukban az oldalt



Forrás: Nyusztay Máté, Facebook Analytics segítségével

A magasabb érték az új Like-okat, az alacsonyabb érték a leiratkozásokat mutatja az ábrán négy héten keresztül, 2011. február 28. és március 21. között.

A tapasztalatok szerint a Facebook pozitív hatása a Nol.hu disztribúciójára nemcsak a Facebook interaktív felületének és hálózati tulajdonságainak köszönhető. Van egy változó az egyenletben, a Nol.hu-stratégia, ami sokat hozzá tett a sikerhez. Arcok kerülnek a posztok mögé, ami személyesebb és szorosabb kapcsolattartást tesz lehetővé. A Népszabadság volt fejlesztési vezetője szerint még a technikai újítások sem érnek annyit, mint az, hogyan állnak hozzá a szerkesztők az olvasókhoz. „Nem hiszem, hogy a fejlesztések hozzák meg az oldal népszerűségét, de természetesen azért fontos foglalkozni velük” (Sós B., 2011). A multimédia-használat a szakmai minimum ezen a területen, de nem elegendő. A szerkesztők már a kezdetektől azt az elvet vallották, hogy mivel a Facebook lényege az üzenőfal, ezért a jókor, jól, szellemes kommenttel kitett poszt viszi előre a statisztikákat. Az online újság volt szerkesztőjének véleménye szerint a közösségi média korszerű módszer, amivel fel lehet venni a kapcsolatot az olvasókkal. „A médiumok számára ez egy olyan lehetőség, ami kis költségvetéssel is kivitelezhető, ha jól csinálják” (Sós B. Péter). Ráadásul olyan olvasói réteget lehet vele megcélozni, amit a napilapok már nem érnek el. Míg a Népszabadságot többnyire ötvenéves vagy afeletti életkorú, az online újságot harminc-negyven év közötti, addig a Facebook-oldalt átlagosan huszonöt év körüli emberek olvassák. Tehát a Facebook-portált egy sokkal fiatalabb, lendületesebb csoport követi. A Nol.hu esetében a Facebook a harmincadik helyen indított az odakattintásokat követő listán, és pár hónap alatt a tizedik helyre lépett előre, ami kiugró teljesítménynek számít. Körülbelül naponta tízezer olvassák a facebookos oldalt. Az 5. ábra a látogatottsági adatokat ábrázolja. Az oszlopdiagramokból jól látható, hogy a Facebook hetedik helyen áll a listán és százhetvenkilencezer-hatszázötvennégy látogatást hozott a Népszabadság Online-nak. Ez a szám tökéletesen alátámasztja, hogy a közösségi portálhoz való csatlakozás elősegíti a Nol.hu terjesztését, magas olvasói nézettséget hoz az online újságnak, vagyis a közösségi médiában való részvétel egyértelműen pozitívan hat a Nol.hu disztribúciójára.

5. ábra: A Népszabadság Online-ra érkező látogatások száma az indulási weboldalak szerint lebontva



Forrás: Nyusztay Máté, a Google Analytics segítségével

A statisztikai adatok elemzésekor a látogatottságon kívül három egyéb szempontot is figyelembe vettünk. Az első ilyen aspektus, hogy mennyi időt töltenek az adott portálokról érkező olvasók a Népszabadság Online felületén. Az adatok szerint, a Facebook olvasói körülbelül négy és fél percet töltenek a Nol.hun, míg például a kapu.hu weblapról érkezők kevesebb, mint másfél percet. Az első helyen ezen a listán a közvetlenül a Népszabadság Online-ra látogatók állnak, akik majdnem tíz percig tartózkodnak az online újság felületén. Tehát a Facebook ebből a szempontból a hatodik helyet szerezte meg, ami szintén szép eredmény. Ennek egyik oka lehet, hogy a facebookos rajongók már kiválogatott, nekik célzott híreket kapnak, amiket nemcsak a szokásos módon átfutnak a szemükkel, hanem végig is olvasnak (lásd 6. ábra).

6. ábra: A Nol.hura látogató olvasók eltöltött ideje az online újság felületén



Forrás: Nyusztay Máté – Google Analytics segítségével

A második vizsgálati szempont az volt, hogy hány százalék látogat az oldalra új helyről. A 7. ábrán jól látható, hogy a Facebook harmadik helyen áll ezen a listán, az új látogatások tizenegy százaléka a közösségi hálózatról érkezik.

7. ábra: Az új látogatások aránya százalékban megadva



Forrás: Nyusztay Máté – Google Analytics segítségével

Végül a harmadik szempont, ami az online újságoknak különösen fontos, hogy hányan fordulnak vissza az oldalról oda, ahonnan érkeznek. Ez a Facebook esetében nem feltétlenül jelent rosszat, hiszen azon a portálon is a Nol.hu cikkei jelennek meg. A Nol.hura a Facebookról érkezőknek a harmadik legmagasabb a visszafordulási aránya (lásd 8. ábra).

8. ábra: A látogatók visszafordulási aránya egy adott oldalról



Forrás: Nyusztay Máté – Google Analytics segítségével

Ezek a statisztikai adatok azt mutatják, hogyan viselkednek az egyes oldalakról érkező látogatók. A facebookos olvasók közül sokan új látogatóként érkeznek a Népszabadság Online felületére, legtöbbjük több mint négy percet tölt az oldalon és harmaduk visszafordul a közösségi hálózat weblapjára. Tehát a számadatok szerint a Facebook magas forgalmat generál a Nol.hu-nak.

Összegzés

A Facebook közelebb hozza a felhasználót az online újsághoz. A Nol.hu evolúciójának szerves része a közösségi hálózathoz való csatlakozás. A Népszabadság Online speciális közösségi marketingstratégiája és a Facebook interaktív felülete elősegíti, hogy az olvasó személyesebbnek érezze a viszonyt a médiummal. A Nol.hu a közösségi média trendjeit megfogalozva saját maga számára releváns választ ad arra a kérdésre: milyen legyen a hírszervezet kapcsolata a késő-modern, komplex médiakörnyezetben a közösséggel, amit szolgál: legyen közvetlen, hatékony, résztvevő és interaktív.

„Szerintem ez a legkorszerűbb módszer, amivel fel lehet venni a kapcsolatot az olvasókkal. De egyben az egyetlen módja is annak, hogy szorosabb viszonyt lehessen ápolni a követőkkel” (Sós B., 2011).

A Facebook-stratégia vizsgálatakor három jellegzetességet találtunk kiemelkedően hatékonyak. Az első, hogy az újságírók rövid kommenttel együtt, alásznóva posztolják ki a cikkeket és az azokhoz kapcsolódó hozzászólásokra is saját nevükben válaszolnak. Például Nyusztay Máté „@nyuszt” jelöléssel írja alá a kommentjeit. A Facebook-oldalra posztoló újságírók nyomon követik a cikkeikhez érkező hozzászólásokat és meg is válaszolnak néhányat, amitől az olvasó a belső körben érzi magát, részese a tartalomtól és osztozik azon. A szerkesztő és a user közötti kommunikáció a közvetlenség hatását kelti. A második azokra a posztokra irányul, amelyek nem a cikkeket tartalmazzák, hanem csak egy rövid összefoglalót, ami gyorsan tájékoztatja az oldal követőjét. Ez egy olyan exkluzív szolgáltatás, ami a rajongók szemében az online hírversenben hasznosabbá, és emellett szerethetőbbé teszi az újságot. Gyors kivonatot kap a legfrissebb információkból, előértelmezve. A kapcsolat a közönség számára rendkívül hatékony. A harmadik szempont, hogy az újságírók apró, szellemes megjegyzéseket fűznek a bejegyzéseikhez, ami egy olyan pluszérték, amit az online újság webes felületén nem is lehetne kivitelezni, vagyis csak a Facebookon vagy a Twitteren keresztül elérhető. A participativitás és az interaktivitás a Nol.hu közösségi médiastratégiájának mindhárom kiemelt jellegzetességében megtalálható. A stratégia sikerességét a tanulmányban statisztikai adatokkal is bemutattuk.

Az internetes technológia fejlődésének jelenlegi ütemében, a médiumokra nehezedő gazdasági nyomás függvényében és az új magyar médiatörvény és médiaalkotmány július elsejétől érvényben lévő, a nyomtatott sajtóra és internetes tartalomra is kiterjesztett kontrolljának következményei miatt egyelőre nehéz megjövendölni a Nol.hu kilátásait. Az újságírók létszámának további csökkentése beláthatatlan következményekkel lehet a médiatartalomra.

Az mindenesetre bizonyos, ahogy a bevezetőben már említettük, hogy a késő modern médiakörnyezet egyik unikális sajátossága a folyamatos változás, és a Nol.hu a trendek követésében 2008-tól már jól teljesített. Egy facebookos posztból pedig az is látszik, hogy 2011 nyarán már megint trendszőrfőzik, előre gondolkodik: a Facebook utáni disztribúciós lehetőségeket keresi. A napokban megjelent, a Facebook amerikai visszaesési adatait kihasználva igazán jól időzített, a Google+ nevű, a Google által fejlesztett közösségi ismeretségi oldalról szóló cikküket („A Google szalad a Facebook mögött”) a következő személyes és bensőséges újság-user viszonyt feltételező kérdéssel osztották meg a Facebookon az őket követő rajongókkal: „Ti itt hagynátok minket a Facebookon a Google-ért?” A kérdés 13 like-ot és 23 kommentet gyűjtött be.

9. ábra: „A Google szalad a Facebook mögött” című cikk posztja



Forrás: Nol.hu Facebook-oldal

Azt gondoljuk, 2011-ben már nem helytálló Zuckerberg idézett, „sehogy” megjegyzése arra a kérdésre, hogyan tudna egy újság közösséget kiépíteni a tartalmi köré. Azért nem helytálló, mert a vezető napilapok internetes mutatói körül, ahogy a Nol.hu körül is, mostanra, éppen a facebookos és twitteres aktivitásnak köszönhetően, aktivizálódott egy viszonylag lojális netes közösség, amely követi az újságot a közösségi média újabb és újabb

trendi felületeire. De ez fordítva is érvényes: az újságnak szükségszerűen meg kell jelennie a dinamikusan változó késő-modern médiakörnyezet újabb és újabb felületein, nem feledkezve meg a korábbiakról sem, hogy minél több felhasználót csatornázzanak be a folyamatosan fragmentálódó közönségből.

Irodalom

Burján András (2010): Internetes politikai kampány 2. *Médiakutató*, tél, 37-50.

Bayuni, Endy M. (2010): Social Media as a first draft of journalism and a Rallying Cry for Democracy. In: Bill Mitchell (ed.): *IPI Report, Brave News Worlds*. Vienna: International Press Institute and Poynter Institute.

Békés Sándor (2009): Web2.0-s alkalmazások: Facebook – a netközösség birodalma. *Média, kábel, műhold*, (13. évf.) 6. sz. 16-18.

Bodoky Tamás (2005): A hírportál, mint tömegmédiium. *Médiakutató*, nyár, 67-82.

Bozóki András (2011): Virtuális köztársaság – A Facebook-jelenségről. *Figyelő*, 1. sz. 34.

Christakis, A. Nicholas & Fowler, H. James (2010): *Kapcsolatok hálójában*. Budapest, Typotex.

Facebook oldal vs. Facebook csoport. (<http://www.netorius.hu/facebook-oldal-vs-facebook-csoport>) Készült: 2010. 05. 28., Letöltés: 2011. 04. 12.

Fülöp F. Hajnalka (2002): Online napilapok a papírújságok árnyékában. *Prim.hu*, <http://hirek.prim.hu/cikk/26190>
Letöltve: 2011. 06. 30.

León, Juanita (2010): La Silla Vacía models How the Internet Encourages Press Freedom in Colombia. In: Bill Mitchell (ed.): *IPI Report, Brave News Worlds*. Vienna: International Press Institute and Poynter Institute, 137-139.

Myat Kornél (2010): Médiaelméletek és a késő-modern médiakörnyezet. *Médiakutató*, nyár, 47-63.

Munthe, Turi (2010) How technology turns news into a conversation, In: Bill Mitchell (ed.): *IPI Report, Brave News Worlds*. Vienna: International Press Institute and Poynter Institute, 15-17.

Népszabadság Zrt. hivatalos oldalának laptörténete. (2008) (<http://nepszabadsagzrt.hu/oldal/4-cg-s-laptrnet>)
Megjelenés: 2008. 01. 01. Letöltés: 2011. 04. 06.

Petersen, Charles (2010): A Facebook világa. *Valóság*, 4. sz. 120-128.

Quinn, Stephen & Filak, Vincent F. eds. (2005): *Convergent Journalism: An Introduction*. New York: Focal Press, Elsevier.

Rusbridger, Alan (2010): Openness, Collaboration Key to New Information Ecosystem In: Bill Mitchell (ed.): *IPI Report, Brave News Worlds*. Vienna: International Press Institute and Poynter Institute, 12-14.

Socialbakers, (2011): *Facebook Statistics by Country*, (<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>) (utolsó letöltés: 2011. 06. 06.).

Tasnádi Róbert (2009): Új utakon az újságírás: néhány szempont az internetes részvételi újságírás fogalmának megközelítéséhez. *BÁR, Klmsz.* 33-40.

Vályi Gábor (2004): Közösségek hálózati kommunikációja. *Szociológiai Szemle*, 4. sz 47-60.

Zarella, Dan (2010): *The social media marketing book*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Szóbeli közlések

Interjú Sós B. Péterrel, a Népszabadság Online volt fejlesztési vezetőjével és Nyusztay Mátéval, a Népszabadság Online Facebook-oldalának felelősével. Helyszín: Anker Klub (1061 Bp., Anker köz 1-3.) Időpont: 2011. március 22. Rögzítve.

Interjú Nagy N. Péterrel, a Népszabadság szerkesztőjével (Hétvége, publicisztikák, Fórum és levelezés) Helyszín: Népszabadság szerkesztőség (1034 Budapest, Bécsi út 122-124.) Időpont: 2011. június 3. Rögzítve. Az interjú a TÁMOP-4.1.1/A-10/2/KMR-2010-0004 munkaerőpiaci kutatás keretein belül készült. Kutatásvezető: Schleicher Nóra.

Lábjegyzetek

1

A tanulmány megjelenésének időpontjára valószínűleg a Google+ közösségi hálózat is megkerülhetetlen lesz.

2

„The more we learn to involve others in what we do, the richer and more trusted our journalism become. It is certainly the way the rest of the Web is going. But it is up to us endlessly to experiment and pioneer this new forms of storytelling” (Rusbridger, 2011: 14). (Az idegen nyelvű idézeteket a szerzők saját fordításában

közöljük - a szerk.)

3

Azért fontos ez a tény a Nol.hu számára, mert az első magyar online újság, az Index jogelőd Internettó 1995-ben jelent meg, stratégiaileg szép teljesítmény lett volna megelőzni. Ugyanakkor ez az elsőzés szimbolikus maradt volna akkor is, ha sikerül, mivel a magyar online média speciálisan fejlődött, a nyugatitól eltérően, ahol az erős offline médiumok online verziói lettek piacvezetők, nálunk offline háttér nélküli hírportálok, az Index és az Origó tudott tartósan megkapaszkodni (Bodoky, 2005: 67-82).

4

Nagy N. Pétert (2011) idézve: „Hát, most már vagy két éve. De korábban is nagyon-nagyon kevés munkatársa volt, most már a print munkatársai csinálják az online-t is, úgy, hogyha olyan dolog van, amiről lehet tudni, hogy mindenki ott van - tüntetés például -, akkor azt folyamatosan adják az online-ra, majd utána írnak belőle egy lehetőség szerint nem pont ugyanolyan anyagot a printbe is. Mi egy olyan szerkesztőség vagyunk, ahol van online megjelenés ugyan, de nincs online rovat. Tehát nincsenek munkatársai az online-nak. Integrált szerkesztőség van - ez neves módon hangzik. Ez általában a világban úgy szokott lenni, hogy van egy online szerkesztőség és van egy print szerkesztőség, és ők egy térben, de legalábbis közös vezetői szinten, integráltan dolgoznak. Nálunk az integráció azt jelenti, hogy a print szerkesztőség csinálja az online-t is. És van az online-nak minden nap - összesen ketten vannak - két vezető szerkesztője, egyik héten egyik, a másik héten a másik, és ők akkor éjjel-nappal. És minden rovat ad egy online ügyeletet minden nap, aki folyamatosan a saját területüket figyeli, fogadja a munkatársainak az online-ra szánt anyagait, azokat rendbe teszi, felrakja, illetőleg maga is tölt. Tehát ha önálló online stáb nincs is, minden nap van öt-hat olyan ember, aki elsősorban az online-ra dolgozik.”

5

Ebben az évben a Malofiej elnevezésű nemzetközi infografikai versenyen a Népszabadság grafikusai bronz minősítést nyertek „A Margit híd felújítása” című interaktív munkájukkal (Nol.hu, 2011).

6

A Facebook page felületének egyik extra szolgáltatása, amely folyamatosan szolgáltat adatokat az oldal tulajdonosának a rajongókkal kapcsolatban.



Állásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

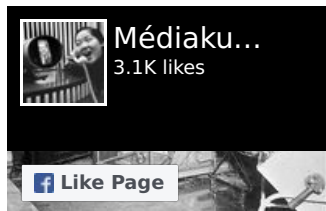
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)



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



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

Médiakutató 2011 ősz

Jog

[Koltay András:](#)

A média tartalmi szabályozásának alkotmányossága az új magyar médiaszabályozásban

Az új magyar médiaszabályozást számos kritika érte itthon és külföldön egyaránt.¹ E tanulmány igyekszik az írásban közzétett azon kritikákra reflektálni, amelyek a média tartalmi szabályozásának alkotmányosságát kérdőjelezik meg, és azokra olyan válaszokat adni, amelyekből kiderül, hogy valamennyi érintett rendelkezés alkotmányossága mellett felhozható komoly érvek. Ugyanakkor – némely kritikussal ellentétben – egyáltalán nem veszem zokon, ha valamely olvasót nem tudok meggyőzni e lehetséges értelmezések igazáról, mert úgy vélem, a médiaszabályozásnak, azon belül pedig a sajtószabadság terjedelmének – természetesen a demokratikus, jogállami kereteken belül – többféle lehetséges útja, meghatározása létezik. A demokratikus államokban sehol nem az a kérdés, hogy a média területe szabályozás alá tartozik-e, hanem, hogy a szabályozásnak hol húzzuk meg a határait. Arra törekedtem, hogy az 1989 óta halmozódó alkotmányos gyakorlat és alkotmánybíróági esetjog fényében elemezzem az egyes vitatott rendelkezéseket; az e gyakorlatot, illetve az egyes AB-döntéseket is megkérdőjelezők álláspontjaira történő reflexió azonban már szétfeszítette volna ezen írás kereteit. Természetesen – terjedelmi okokból – számos kérdés e helyütt eleve nem volt tárgyalható, így az írás szükségszerűen csak a konkrét tartalmi előírásokra fókuszál.

Az emberi méltóság és az emberi jogok védelme (Smtv. 14. § és 16. §)

Az emberi méltóság, illetve az emberi jogok tiszteletben tartása és a sajtószabadság alapjogának ütközése a médiaszabályozás és a médiahatósági jogalkalmazás egyik legsúlyosabb, egyben legösszetettebb kérdése. A szembenálló jogok az alapjogi hierarchiában egyaránt magasan helyezkednek el, ez pedig különösen nehezé teszi a konfliktus feloldását. Az emberi méltóság az Alkotmánybíróság (AB) értelmezésében a személyiségi jogok „anyajoga”, így valamennyi más, konkrét személyiségi jognak az eredője (8/1990. [IV. 23.] AB-határozat). Az emberi méltóság kiemelkedő érték, a jog számára megközelíthetetlen és hozzáférhetetlen. Definiálni, valamennyi részlemét összefoglalni, lényegét megragadni a jog technikai értelemben nem tudja, védelmét ellenben a kimerítő meghatározás hiányában is biztosíthatja.

Az Alkotmánybíróság a véleménynyilvánítási szabadság „alaphatározatának” tekinthető 30/1992. (V. 26.) AB-határozatban leszögezte:

„Az egyéni véleménynyilvánítási szabadság szubjektív joga mellett tehát az Alkotmány 61. §-ából következik a demokratikus közvélemény kialakulása feltételeinek és működése fenntartásának biztosítására irányuló állami kötelezettség. A szabad véleménynyilvánításhoz való jog objektív, intézményes oldala nemcsak a sajtószabadságra, oktatási szabadságra stb. vonatkozik, hanem az intézményrendszernek arra az oldalára is, amely a véleménynyilvánítási szabadságot általánosságban a többi védett érték közé illeszti. Ezért a véleménynyilvánítási szabadság alkotmányos határait úgy kell meghatározni, hogy azok a véleményt nyilvánító személy alanyi joga mellett a közvélemény kialakulásának, illetve szabad alakításának a demokrácia szempontjából nélkülözhetetlen érdekét is figyelembe vegyék.”

Az alapjog értelmezésében tehát éppúgy megjelenik az egyéni jogosultság, mint a közösség – a közvita nyíltságán és a közvélemény szabad alakításán keresztül megnyilvánuló – érdeke, és ez a kettős megalapozás érvényben maradt a későbbi határozatokban is.

A Médiatanács tevékenysége során figyelembe veszi a korábbi médiahatóság, az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) döntéseit, illetve az azokhoz kapcsolódó bírósági gyakorlatot. Bár csaknem 15 év ORTT-gyakorlata számos hasznos kiindulópontot szolgáltat az új ügyek eldöntéséhez, a korábbi, különféle összetételű hatóság munkájára – elsősorban a szabályozásból „természetes módon” következő átpolitizáltsága miatt – számos hátráltató tényező nyomta rá a bélyegét, ezért nem áll rendelkezésre minden érintett területen olyan szilárd, egyértelmű jogalkalmazási gyakorlat, amely lényegében kész receptet adna a Médiatanács előtt álló ügyek eldöntéséhez.

A Médiatanács, mint a közigazgatási intézményrendszer egyik szereplője, a közjog területén működik, a közérdek védelmében léphet fel, és alkalmazhatja a vélemény- és sajtószabadság korlátjaként megjelenő, a médiatartalmakat érintő törvényi szabályokat. A médiaszabályozás európai alapmodellje két alapvető értéken nyugszik: a sajtószabadság biztosításán és a közérdek szükséges védelmén a sajtószabadsággal szemben. (A „közérdek” fogalma önmagában nem értelmezhető vagy értelmezendő, hanem az egyes konkrét rendelkezések formájában jelenik meg a szabályozásban.)

A sajtószabadság azért védett érték, mert egy demokratikus társadalom szabad sajtó nélkül nem létezhet; a közösség vitáit csak a sajtón keresztül, a sajtó közvetítésével lehet lefolytatni. Csak első látásra paradoxon, hogy éppen ezen érdek indokolja a sajtószabadság korlátozását is, hiszen a nyílt vita érdekében a sajtó bizonyos jogszabályi kötelezettségek alanya lehet. A tartalomszabályozásban található pozitív jellegű (tevéleges magatartást előíró) normák ennek megfelelően jellemzően a demokratikus közvélemény kialakulását (elsősorban a sajtó sokszínűségét) vagy a nemzeti és európai kultúra védelmét szolgálják; előbbire példa a kiegyensúlyozott tájékoztatás szabálya, utóbbira a műsorkvóták előírása. Az emberi jogok védelme a negatív kötelezettségek egyike (tehát tartózkodásra, azaz a jogsértés elkerülésére kötelez), amely – egyes pozitív kötelezettségekhez hasonlóan – a demokratikus nyilvánosság megfelelő működését védi, nem pedig az egyént. A sajtószabadság korlátjaként megjelenő szabályok legfőbb indoka ugyanis a néző/hallgató/olvasó (összefoglalóan: a közönség) érdekeinek – nekik mint a társadalom tagjainak járó – védelme.

A sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (Smtv.) által meghatározott negatív kötelezettségek a sajtón keresztül lefolytatott viták olyan alapvető „játékszabályait” állítják fel, amelyek tiszteletben tartása a vita lefolytatásának előfeltétele. A közönségnek ugyanakkor érdeke valamennyi álláspont, így az erőteljes, olykor sértő vagy zavaró vélemények megismerése is, azaz a sajtószabadságot – a nyílt vitát – az emberi jogok sérelmére hivatkozva csak megfelelően nyomós ok alapján lehet korlátozni.

Az Alkotmánybíróság a 46/2007. (VI. 27.) AB-határozatában kimondta, hogy:

„...ha a műsorszolgáltató személyhez fűződő jogot sért, a jogsérelmet szenvedett személy dönt arról, hogy a jogsértést elkövető műsorszolgáltatóval szemben érvényesíti-e személyiségi jogait, például indít-e pert. A Médiatörvény 112. § (1) bekezdése és 136. § (1) bekezdése e bírói út mellett közigazgatási eljárást intézményesít. Az ORTT – a Médiatörvény 3. § (1) bekezdése alapján eljárva – e közigazgatási eljárásban nem az egyes jogalanyokat ért jogsérelmekről dönt. A Médiatörvény 3. § (1) bekezdése alapvető rendelkezés. Az ORTT ennek megfelelően a közigazgatási eljárás során annak megállapítására jogosult, hogy a műsorszolgáltató az emberi jogok tiszteletben tartásával tevékenykedik-e, és az egyes műsorainak témája, jellege, nézőpontja nem sérti-e az emberi jogokban megjelenő alapvető értéket.”

Az Alkotmánybíróság az önrendelkezési jog vonatkozásában e döntésében azt is kimondta, hogy:

„...fontos tartalmi eleme – egyebek között – az egyén joga arra, hogy az igény állapotába került anyai jogait a különböző állami szervek, így a bíróság előtt is érvényesítse. Az önrendelkezési jog azonban, mint általános cselekvési szabadsághoz való jog, a jogérvényesítéstől való tartózkodás, a nem cselekvés jogát is magában foglalja. Mivel ez a jog az egyén autonómiájának védelmére szolgál, általában mindenkinek szabadságában áll eldönteni, hogy jogai és törvényes érdekei védelmére nyitva álló és alkotmányosan biztosított hatósági igényérvényesítési utat igénybe veszi-e, vagy attól tartózkodik” (1/1994. [I. 7.] AB-határozat).

Az önrendelkezési jog tehát azt a jogot is magában foglalja, hogy valaki jogsérelem esetén ne vegyen igénybe bírói utat, illetve jogait más módon ne érvényesítse:

„Ha a műsorszolgáltató személyhez fűződő jogot sért, a jogsérelmet szenvedett személy dönt arról, hogy a jogsértést elkövető műsorszolgáltatóval szemben érvényesíti személyiségi jogait.”

Az Alkotmánybíróság határozatában foglaltak, a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (Mttv.) hatásköri és eljárásrendi rendelkezései, valamint az általános közigazgatási jogelmelet alapján tehát megállapítható, hogy a Médiatanácsnak általában véve lehetősége van az Smtv. 14. §-ában foglalt rendelkezés betartásának ellenőrzésére, azonban ezen eljárások során az alapjogi sérelem bekövetkeztét csak azt mintegy „alanytalanná téve” ítélni meg. A Médiatanács nem lehet az egyéni önrendelkezési jogot korlátozó testület, és főszabályként nem léphet fel mások – egyéni – jogainak védelmében, függetlenül attól, hogy az érintett maga fellépett-e avagy sem azok érdekében más, rendelkezésére álló fórumokon. A Médiatanácsnak az ilyen ügyek eldöntése során tekintettel kell lennie az egyéb (büntető- vagy polgári bírósági) eljárások megindításának lehetőségére is, annyiban, amennyiben saját hatáskörét el kell határolnia azokétól. A Médiatanács tehát nem egyéni alapjogokat hivatott érvényesíteni, hanem az absztrakt közérdeket; azt, hogy a média működése az alkotmányos keretek között maradjon.

A büntetőjog elsődleges célja az állam büntetőhatalmával elrettenteni polgárait a bűncselekmények jövőbeni elkövetésétől, míg a polgári jog célja jogsérelem esetén a sérelmet szenvedett jogalany számára megfelelő orvoslást (például kártérítést) nyújtani – ez indokolja például a személyiség védelmére irányuló eljárások párhuzamos megtartását. Ugyanakkor az egyént védő harmadik (médiatudósági) eljárás lehetőségének megteremtése mellett nem hozhatók fel hasonló erejű érvek. A médiaszabályozás ugyanis elsősorban nem a médiában megtámadott egyént, hanem a közönséget védi. A közönséget sem a számára felháborító, őt zavaró, sértő tartalmaktól óvja, hanem biztosítani kívánja számára a demokratikus tájékoztatáshoz szükséges, alapvető „játékszabályoknak” megfelelően működő sajtót.

Ennek értelmében a médiaszabályozásban előírt normák, illetve a médiahatóság azok betartását felügyelő eljárása alkotmányosan indokolható, és összeférhet a jogrendszer más területeivel, de megítélésünk szerint csak akkor, ha a médiahatóság eljárására vonatkozó jogszabály egzakt, világos hatásköri rendelkezéseket tartalmaz.

Fontos kiemelni, hogy az emberi méltóság védelme a médiaszabályozásban nem egzakt módon kategorizálható tényállások esetén képzelhető el. Ennek megfelelően megítélésünk szerint a Médiatanács által akkor állapítható meg az emberi méltóság alapvető értékének megsértése, ha a sérelem már eléri a közérdekű igényérvényesítés – a demokratikus nyilvánosság veszélyeztetésének – „küszöbét”; például, ha egy műsorszám azt sugallja, hogy az emberi személyiségnek nincsen érinthetetlen tartománya, az emberi méltóság anyagi érdekből nyilvánossá, bárki számára hozzáférhetővé tehető (lásd a 748/2008. [IV. 29.] ORTT-határozatot). Különösen – de nem kizárólagosan – ilyen esetnek tekinthető a kiszolgáltatott, magatehetetlen, megalázó helyzetben lévők – például balesetek, bűncselekmények áldozatainak – explicit, felismerhető ábrázolása (esetükben az egyéni jogérvényesítés is eleve korlátozott, az ilyen helyzetben lévők bemutatása pedig a társadalmi együttélés szabályait is sérti) vagy a kiskorúak emberi méltóságát sértő bemutatása (az egyéni jogérvényesítés esetükben is korlátozott, a kiskorúak megfelelő személyiségfejlődése pedig szintén közös társadalmi érdek, az ezt veszélyeztető tartalmakkal szemben indokolható a fellépés). Az efféle jogsértések a társadalmi együttélés, az európai civilizáció egyik általánosan elfogadott alapját – az embernek korlátozhatatlan és egyenlő méltósággal rendelkező lényként való elismerését – támadják, illetve rombolják; itt a közérdekből való fellépés nem tekinthető aránytalannak.

Fontos újdonság az Smtv.-ben (14. § (1) bek.), hogy a Médiatanács a jövőben a műsorszámok készítése során történt méltóságsértések esetében is eljárhat. Az erre irányuló korábbi ORTT-határozatokat a bíróság a felülvizsgálat során rendszerint megsemmisítette. A testület a 113/2002. (I. 10.) számú határozatában a „Bár” című műsorszám szereplőivel kötött magánjogi szerződések tartalmát kifogásolta, amelyek – álláspontja szerint – a résztvevők alapvető és személyhez fűződő jogait sértették. A jogerős bírósági ítélet (Fővárosi Ítéltábla 4.Kf.27.307/2005/4.) kimondta, hogy a műsorszolgáltató és a szereplők között létrejött szerződések tartalmának vizsgálatára a hatóság nem jogosult. Szintén a műsorszolgáltató műsorkészítési gyakorlatának sérelmes volta miatt állapította meg az ORTT a rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (Rttv.) 3. § (2) bekezdésének sérelmét a 697/2005. (IV. 20.) számú határozatában, amely döntésében a „Mónika-show” című műsorszámmal kapcsolatos szerződések tartalma miatt szankcionálta a műsorszolgáltatót. A bíróság azonban azt az álláspontot erősítette meg (Fővárosi Ítéltábla 4.Kf.27.298/2006/7.), amely szerint az Rttv. alapján nem vizsgálható sem a műsorkészítés folyamata, sem a műsorszám utóélete; a hatóság kizárólag a műsorszámban látottak és elhangzottak alapján állapíthatja meg az emberi jogok sérelmét.

Tekintettel arra, hogy az Smtv. kifejezetten előírja a Médiatanács számára azt, hogy a műsorkészítés során elkövetett méltóságsértések esetében is eljárjon, a jövőben a korábbi bírósági gyakorlat megváltozása várható. Azon műsorszámok esetében, amelyek szereplőit szerződésben – beleegyezésükkel, de kétséges körülmények között – „megfosztják” a későbbi jogérvényesítés, jogorvoslat lehetőségétől vagy amelyeknél – szintén szerződésben – kizárják az elkészített felvétel közzétételének megakadályozását (még akkor is, ha a közzététel egyértelműen sérelmes a szerződő félre nézve, és a közzétételhez történt hozzájárulás visszavonása nem okozna a médiaszolgáltató számára aránytalan sérelmet), megnyílik a hatósági eljárás lehetősége. (Megjegyzendő, hogy a közzétételhez történt hozzájárulás visszavonása tekintetében elsősorban az Smtv. 15. §-át kell majd alkalmazni.)

Szintén fontos újdonság, hogy az Smtv. 14. § (2) bekezdése a kiszolgáltatott, megalázó helyzetben lévőket kifejezetten is védelemben részesíti, így a korábbi ORTT-gyakorlat e tekintetben kodifikálásra került.

Az alkotmányos rend tiszteletben tartásának követelménye (Smtv. 16. §)

A 46/2007. (VI. 27.) AB-határozat szerint az alkotmányos rend tiszteletben tartásának kötelezettsége a médiaszabályozásban alkotmányosan előírható. A testület ennek megfelelően alkotmányosnak találta az Rttv. 3. § (2) bekezdésében található, az új törvényben szereplővel szó szerint megegyező rendelkezést. Az alkotmányos rend nem meghatározatlan „gumifogalom”, hanem a médiaszabályozásban külön nem definiált, a jogrendszerben azonban egyértelműen azonosítható tartalommal bíró jogi kategória:

„Az alkotmányos intézmények feladata az Alkotmányban kialakított rend, vagyis az alkotmányos jogok tiszteletén alapuló parlamentáris demokrácia megőrzése és biztosítása. [...] A műsorszolgáltatónak, mint minden jogalanyak tiszteletben kell tartania az alkotmányos rendet, ezt a kötelezettségét nevesíti a Médiatörvény alapvető rendelkezése. Erre az alapvető rendelkezésre alapozva a Médiahatóság a Médiatörvény 112. § [...] alapján, törvénysértés esetén szankciót állapíthat meg, amennyiben azt rendkívüli körülmények indokolják. Ilyen volna például, ha a műsorszolgáltató folyamatosan az alkotmányos rend alapját alkotó egyenlő emberi méltóságot semmibe vevő ideológiát hirdetve tevékenykedne. A Médiatörvény emberi jogok tiszteletben tartására vonatkozó szabályára tekintettel a Médiatörvény vonatkozó bekezdése alapján alkalmazott joghátrányoknak ilyen különleges esetben fontos szerepe lehet az alkotmányos alapstruktúrát tiszteletben nem tartó műsorszolgáltatók elleni fellépés során.”

A magánélet megsértésének tilalma (Smtv. 18. §)

Az Emberi Jogok Európai Bíróságának ítélkezési gyakorlatában az utóbbi időben nagy jelentőségűek a magánszféra megsértése miatti eljárások, amelyek elsősorban a bulvármédia tolokodását igyekeztek megakadályozni (lásd például a Von Hannover v. Germany ügyet, ahol a strasbourgi bíróság a magánélet védelmének széles értelmezése mellett foglalt állást). Amíg az emberi méltóságot, az alkotmányos rendet védő, illetve a gyűlölködést tiltó rendelkezéseket az Rttv. is tartalmazta, addig a magánszféra védelmének megteremtése újdonság. Ezen szabály

esetében is ki kell emelni, hogy a jogalkalmazás nem irányulhat az egyéni jogok védelmére: a magánszféra megvédése a médiaszabályozásban akkor képzelhető el, amikor a jogsértés szintje szükségessé teszi a közérdekből történő fellépést, azért, mert a demokratikus nyilvánosság alapvető szabályát sérti meg az adott médiatartalom-szolgáltató, amivel a nyilvánosság megfelelő működését sodorja veszélybe. A magánélet esetében ugyanazon látszólagos paradoxonnal találkozunk (nevesített egyéni jogok közérdekű érvényesítése), de valójában nem erről van szó: a cél mindenkor a nyilvánosság védelme, az egyéni jogérvényesítés érintetlenül hagyásával.

A gyűlöletbeszéd tilalma (Smtv. 17. §)

A gyűlölködés tiltására vonatkozó Rttv.-beli rendelkezések alkotmányossági vizsgálatát 2007-ben végezte el az Alkotmánybíróság (1006/B/2001. AB-határozat). A döntés alkotmányosnak ítélte a szabályozást, és leszögezte, hogy a médiahatóság fellépésének lehetősége – amely a megsértett közösség vagy egyén akaratától független – nem korlátozza az önrendelkezési jogot, és nem helyettesíti az alanyi jogok jogosultjainak igényérvényesítését.

Az alkotmányosság vizsgálatakor felmerült az a kérdés is, hogy mi indokolja a büntetőjogi jogszabályokhoz képest jóval alacsonyabb korlátozhatósági mérce meghatározását? Az Smtv. 17. §-a az Rttv.-hez sok tekintetben hasonló szabályt alkot, így eszerint: „a médiatartalom nem lehet alkalmas valamely nemzet, közösség, nemzeti, etnikai, nyelvi és más kisebbség vagy bármely többség, továbbá valamely egyház vagy vallási csoport elleni gyűlölet keltésére”, illetve „nem lehet alkalmas” ezek „kirekesztésére”.

Az AB említett döntése leszögezi, hogy:

„...a különböző jogágakban az egymást kiegészítő, egyes alapjogok tekintetében párhuzamosan fennálló jogvédelmi eszközök, az akár párhuzamosan is lefolytatható különböző eljárások lehetősége nem sérti, sőt szükségtelenül nem is korlátozza az alkotmányos véleménynyilvánítási és sajtószabadságot.”

Ennek megfelelően a büntetőjog rendszerén kívül, a médiaszabályozásban is alkotmányosan előírható a gyűlöletbeszéddel szembeni fellépés.

Ugyanakkor a Büntető Törvénykönyv – nem kifejezetten a médiára vonatkozó szabálya – alapján a gyűlöletbeszéd miatti büntetőséghez nem elég a közösség megsértése vagy a gyűlöletkeltésre vagy megsértésre való alkalmasság, hanem „gyűlöletre uszítás” kell, ami egyértelműen súlyosabb magatartás (269. §). Az Alkotmánybíróság e különbség alkotmányosságát részben a büntetőjog és a médiajog szankciórendszerének megkülönböztetése alapján állapította meg, hiszen a szankciók a médiaszabályozás területén enyhébbek. Ami az általános véleményszabadság védelmi körébe még beletartozik (gyűlöletkeltés vagy kirekesztés egy közösség ellen), az a sajtószabadság által már nem védett. A határozat szerint:

„A büntetőjog a jogi felelősségi rendszerben a végső eszköz. Ez azt jelenti, hogy amennyiben valamely társadalmilag káros magatartás – jelen esetben a gyűlöletre uszítás, gyűlöletkeltés – vonatkozásában a büntetőjogi felelősség sem eltúlzott, nem alkotmányellenes, úgy az adott magatartásra vonatkozó, esetlegesen más jogágakban megfogalmazott enyhébb tilalmak sem lehetnek azok.”

A különbségtétel másik indokaként a határozat az elektronikus média jelentős véleményformáló erejét említi, visszautalva az 1/2007. (I. 18.) AB-határozatra:

„...általánosan elfogadott, hogy a rádiós és televíziós műsorszolgáltatás véleményformáló hatása és a mozgóképek, hangok, élő tudósítások meggyőző ereje sokszorosa az egyéb információs társadalmi szolgáltatások gondolkodásra ható erejének.”

A határozat e gondolatot tovább fűzve kimondja, hogy:

„...a média tehát alapvető jelentőségű a véleménypluralizmus megjelenítésében, a közösségi viták lefolytatásának egyik legfontosabb színtere, ezzel egyidejűleg azonban azt is tekintetbe kell venni, hogy a személyeket, egyes társadalmi csoportokat (a kisebbségeket vagy adott esetben a többséget) sértő, kirekesztésre, diszkriminációra irányuló műsorszolgáltatásnak ugyanilyen súlyú negatív, beláthatatlanul káros hatása is lehet.”

A gyűlöletkeltés, illetve a közösségek megsértésének médiaszabályozásbeli tilalma ezek alapján alkotmányosan elfogadható. Az Alkotmánybíróság döntésében arra is rámutatott, hogy:

„...a Médiatv. támadott bekezdése nem azt jelenti, hogy a rádió- és a televízió-műsorokban ne lenne helye vitának, kritikának, ne jelenhetne meg a társadalmat jellemző véleménypluralizmus. A rendelkezés célja annak a megakadályozása, hogy a rádió és a televízió a sértő, faji alapon elítélő, kirekesztésre, diszkriminációra felhívó gyűlölködők »hangerősítője« legyen.”

A tényállás pontos meghatározottságának hiányára hivatkozó érvel szemben pedig a testület úgy vélte, hogy

„...önmagában az a tény, hogy a szabályozás mérlegelési lehetőséget biztosít a jogalkalmazónak annak megítélése tekintetében, hogy valamely magatartás alkalmas-e a gyűlöletkeltésre, nem vezet arra, hogy az előírásnak az Alkotmány 8. § (2) bekezdésébe, illetve a 60. § (1)–(2) bekezdésébe vagy a 61. § (1)–(2) bekezdésébe ütközése megállapítható lenne.”

Nem szabad elfelejtenni arról, hogy az Alkotmánybíróság döntése kizárólag a televíziós és a rádiós médiaszolgáltatásokra vonatkozó korlátozást bírálta el. Az Smtv. és az Mttv. e szabályai ugyanakkor valamennyi

médiatartalom-szolgáltatóra nézve kötelezőek. Igazolható-e alkotmányosan ez az általános tiltás? Amit az Alkotmánybíróság a média véleményformáló erejéről mondott – ha elfogadjuk –, kiterjeszhető lehet a televízió és a rádió kívüli egyéb médiatartalmakra is. A médiafogyasztási szokások az egyes társadalmi rétegek, eltérő korosztályok tekintetében eltérnek, így valamennyi médiumra igaz, hogy meghatározó jelentőségű saját közönsége vagy annak egy része tekintetében (van, aki csak az internetről tájékozódik, más inkább nyomtatott lapot olvas, megint más elsősorban televíziót néz). Egy országos napilap szélesebb közönséget ér el, mint egy helyi rádió, a véleményformáló erő elsősorban nem a médium jellegétől, hanem az általa ténylegesen elért közönségtől függ, tehát indokolatlan pusztán a tartalom terjesztési módja alapján differenciálni a szabályozásban. Ugyanakkor a médiahatóság jogalkalmazási gyakorlatában, az esetleges szankciók kiszabása során a ténylegesen elért közönség számára tekintettel lehet és kell is lenni. E ponton érdemes rögzíteni, hogy a „médiahatás” elméletét önmagában nem tartom alkalmasnak a szabályozás megalapozására, annak elsődleges indoka jóval inkább a demokratikus nyilvánosság működőképességének fenntartása. Az új szabályozás azért állapít meg – differenciált – kötelezettségeket a médiapiac valamennyi szereplőjére (a médiaszolgáltatásokra és a sajtótermékekre) nézve, mert ez által kívánja védeni a sajtót és a médián keresztül lefolytatott „köztanácskozásokat”, közösségi vitákat. A szabályozás logikája alapján „működőképes” (értsd: érdemi vitára alkalmas, mások jogait és szabadságát tiszteletben tartó) közösségi fórum csak bizonyos minimumszabályok betartása révén válhat a sajtóból.

A TASZ alkotmánybírósági beadványa (TASZ, 2011) idézi ugyan az AB egyik alapvető tézisét a véleményszabadsággal kapcsolatban [„...a szabad véleménynyilvánításhoz való jog a véleményt annak érték- és igazságtartalmára tekintet nélkül védi” – 30/1992. (V. 26.) AB-határozat], de arról nem tesz említést, hogy a véleményszabadság „külső korlátai” – így a gyűlöletbeszéddel szembeni fellépés is – nem a vélemény tartalma alapján korlátoznak, hanem mások alapvető jogait védik, esetleg más alkotmányos értéket védenek, és így szükséges esetben és arányos mértékben alkotmányosak lehetnek.

Nem értünk egyet azon kritikával, amely szerint az új szabályozás kiterjesztette volna a védett közösségek körét (TASZ, 2011; Polyák & Majtényi, 2011). Az Rttv. 3. § (3) bekezdése 1996 óta védte valamennyi kisebbséget és „bármely többséget” a megsértéstől és a kirekesztéstől, és csak az Rttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt gyűlöletkeltés alkalmazási köre volt szűkebb. Ez a megkülönböztetés indokolhatatlan: ha a „kirekesztés” tilalmát alkotmányos korlátnak fogadjuk el, akkor miért védene a szabályozás az enyhébb sérelemmel – a kirekesztéssel – szemben több közösséget, mint a súlyosabbal – a gyűlöletkeltéssel – szemben?

Azzal a kritikával sem értünk egyet, amely szerint a „bármely többség” fogalma tisztázatlan, és a többségi közösségek ilyenén való védelme egyébként sem indokolt (TASZ, 2011; Bayer, 2011). Egyrészt, ha a „többség” fogalma nem világos, akkor szükségszerűen a „kisebbség” fogalma sem lehet az (hiszen ezeket egymáshoz képest kell meghatározni), másrészt a jogalkalmazás minden további nélkül képes e fogalmak értelmezésére. Ugyan megállapítható, hogy általában véve a kisebbségek gyakrabban szorulhatnak védelemre, de a gyűlöletbeszéddel szemben a többségi közösségek is védelmet érdemelnek. Gyakran merül fel a szakirodalomban az érv, amely szerint a védelmet csak a társadalomban kisebbségben lévő csoportoknak szükséges megadni, elvégre a többség mindig „biztonságban van”, a többségi közösséget a kisebbségek nem veszélyeztethetik (lásd például Hanák, 2009). Ezzel több okból sem értünk egyet. Egyrészt egy többségi közösség a kisebbségekhez hasonlóan értéket, mégpedig bizonyos körülmények között védendő értéket képvisel, tagjai ugyanazzal az emberi méltósággal rendelkeznek, mint egy kisebbség tagjai, az ugyanúgy megsérthető (akár saját tagjai által is: a magyar nemzetet egy magyar is szapulhatja). A sérelem – amely nem feltétlenül jelent fizikai fenyegetettséget, és látható eredménye sem mindig lesz – tehát ugyanúgy bekövetkezhet. Másrészt a többségi közösség tagja egy adott élethelyzetben könnyedén válhat kisebbséggé (egy településen, egy köztéren, egy vitában), amikor kiszolgáltatottsága is megnőhet. Harmadrészt pedig a többség esetleges védelme egyáltalán nem csökkenti a kisebbségek védelmének intenzitását, tehát amit a többségnek adunk, azt nem a kisebbségtől vesszük el e tekintetben.²

Az Smtv. 17. §-a azt a következtetlenséget is rendezte, amely szerint az Rttv. 3. § (2) bekezdése a gyűlöletkeltésre való *alkalmasságot*, míg a (3) bekezdés a megsértésre és a kirekesztésre való *irányultságot* tiltotta. Az előbbi esetben tehát a közzététel lehetséges hatása, az utóbbi esetben annak szándéka alapján korlátozott. A demokratikus nyilvánosság védelme azonban csak az előbbi megközelítés alapján indokolhatja a korlátozást, azaz a közlő – a médiahatóság által egyébként legtöbbször felderíthetetlen – szándékától függetlenül állíthat fel tilalmat.

(Végezetül említést érdemel, hogy az Smtv. 17. § (2) bekezdéséből az Európai Bizottság és a magyar kormányzat tárgyalásainak eredményeképpen kikerült a közösségek „nyílt vagy burkolt megsértésének” tilalmára vonatkozó szabály. A bizottság a szabály tartalmát és nem tárgyi hatályát vitatta. A magunk részéről e módosítással egyet tudunk érteni, mégis feltűnő, hogy itt egy olyan szabály módosítását kérte a bizottság, amelyet a 2004-es EU-csatlakozásunk előtt egyszer már jóváhagyott.)

A közerkölcs megsértése (Smtv. 4. § (3) bek.)

A közerkölcs megsértése miatt nem szankcionálhatók az egyes médiatartalom-szolgáltatók. Bár az Smtv. valóban átveszi a sajtóról szóló 1986. évi II. törvény (Stv.) deklaratív jellegű rendelkezéseit [Smtv. 4. § (3): „A sajtószabadság gyakorlása nem valósíthat meg bűncselekményt vagy bűncselekmény elkövetésére való felhívást, nem sértheti a közerkölcsöt, valamint nem járhat mások személyhez fűződő jogainak sérelmével”], a Médiatanács Mttv.-ben meghatározott hatáskörei között nem találjuk meg az e rendelkezés felügyeletére vonatkozó hatáskört. Az Mttv. 182. § c) pontja a Médiatanács feladatává teszi az Smtv. 13–20. §-ban foglalt követelmények betartását, a 4. §-ról nem esik szó. Márpedig egy közigazgatási szerv kizárólag törvényben meghatározott hatásköröket gyakorolhat, azokat nem bővítheti önkényesen. Ez a fajta hatáskör-kiterjesztés egyértelműen alkotmányellenes volna, a hatáskör hiányában hozott döntés a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket.) szerint semmisségi ok.

Az Smtv. 4. § (3) bekezdése alapján – a pontos jogi kötelezettség konkretizálása hiányában – médiahatósági eljárás egyébként sem indulhatna, mert a közerkölcs olyan általános kategória, amely csak konkrét tényállásokban jelenhet meg a hatósági felügyelet keretében számon kérhető módon. Ilyen erkölcsvédelmi szabályok például az Mttv. 9–11. §-ában található, a kiskorúak védelmét szolgáló szabályok, amelyek elsősorban az erőszakos és pornográf műsorszámok vonatkozásában fogalmazznak meg kötelezettségeket; ezek alapján természetesen lehetséges a hatósági eljárás, de nem az Smtv. 4. §-ára hivatkozva.

A 20/1997. (III. 19.) AB-határozat foglalkozott az Stv. közerkölcsöt védő szabályával. Az Stv. 1989-es módosításakor ugyanis hatályban maradt a rendelkezés, amely alapján ügyészi indítványra a bíróság megtilthatta, illetve azonnal felfüggeszthette a sajtótermék vagy egyéb irat nyilvános közlését, amennyiben a fent idézett szakaszba ütközött. Az előzetes korlátozásra lehetőséget adó szabály tehát a közerkölcs védelmében is alkalmazható volt. Az Alkotmánybírósághoz beérkezett indítvány szerint az előzetes vizsgálat lehetősége, illetve az ügyész azon joga, hogy az egyébként kizárólag személyesen gyakorolható, személyhez fűződő jogok sérelme esetén a sértett beleegyezése nélkül is felléphessen, sérti a sajtószabadságot, továbbá azon joga, hogy a közerkölcsöt sértő közléseket tilthasson meg, amelyek a Btk. által nem tiltottak, valamint a bűncselekmény elkövetésének gyanúja miatti közlési tilalom felállítása azelőtt, hogy annak elkövetését a bíróság jogerősen megállapította volna, mindmind sérti a sajtó szabadságát, illetve a perbeli önrendelkezéshez való jogot. Ezekre hivatkozva kérte az indítványozó az alkotmányellenesség megállapítását.

Az Alkotmánybíróság határozatával megsemmisítette az előzetes korlátozásra vonatkozó, vitatott rendelkezés egészét (nem érintve a közerkölcs védelmét előíró szabályt), de csupán jogtechnikai okokból, mivel alkotmányellenességet csak az ügyész – mások személyhez fűződő jogainak sérelmére és magánvádas bűncselekmény megvalósulására való hivatkozással, az érintettek akaratától független – indítványozási jogában fedezett fel. A bírák az indokolás elején idézik a Polgári és Politikai Jogok Nemzetközi Egyezségokmányát, illetve az Emberi Jogok Európai Egyezményét, amelyek lehetővé teszik a véleményszabadság korlátozását a közerkölcs védelmében, majd elutasítják a korlátozás alkotmányellenes voltát:

„A 21/1996. (V. 17.) AB határozat már megállapította, hogy: »Az Alkotmánybíróság nem vizsgálja felül a jogban érvényesített közerkölcs tartalmát. Amint a közérdek meghatározását is alapvetően átengedte a demokratikus törvényhozásnak [...], a közrendet és benne az erkölcsöket is a képviselőknek van joguk érvényesíteni, amíg valamely más okból az Alkotmány határaiba nem ütköznek« [...]. Mivel a közerkölcs fogalmát és tartalmát a vizsgált összefüggésben jogszabály nem határozza meg, ezért annak megállapítása a jogalkalmazás körébe tartozik. A Legfelsőbb Bíróság Polgári Kollégiumának a BH1992.454. számú eseti döntése tartalmazza a sajtótermék nyilvános közlésének megtiltása iránti kérelem elbírálásánál irányadó szempontokat. A Legfelsőbb Bíróság e döntésében többek között megállapította, hogy a közerkölcs fogalmába azok a magatartási szabályok sorolhatók, amelyeket a társadalom általánosan elfogad. A sajtótermék közerkölcsbe ütközését akkor lehet megállapítani, ha ez a jellege a közfelfogás szerint egyértelmű és vitathatatlan. Az Alkotmánybíróság álláspontja szerint az Stv.-nek a közerkölcs sérelmével összefüggő korlátozó rendelkezése nem minősíthető szükségtelennek és aránytalan mértékűnek.»

Mivel az alkotmányellenesnek talált rendelkezés egy bekezdésben szerepelt a többivel, a bíróság az egészet megsemmisítette, a jogalkotó pedig később nem pótolta a megsemmisített szabályokat. Érdeemes megvizsgálni a határozathoz csatolt különvélemények egyikét is: Lábady Tamás és Sólyom László alkotmányellenesnek találta az ügyész – a közerkölcs sérelmére való hivatkozással gyakorolható – felfüggesztési jogát is (amely persze végül szintén kikerült a törvényből). Álláspontjuk szerint:

„...a közerkölcs – mint olyan elvont érték, amely mögött a legkevésbé állapítható meg egyes egyéni alapjogok sérelme – a véleményszabadság korlátozására alkotmányos mércével mérve a legkevésbé alkalmas javak csoportjába tartozik.»

A bírák utalnak a 30/1992. (VI. 10.) AB-határozat indokolására, amelyben a „köznyugalom” védelme elvont veszélyeztetés esetén nem indokolta a véleményszabadság korlátozását; ők ennek analógiájára a közerkölcs védelmét sem találták eléggé nyomós indoknak az előzetes ügyészi korlátozás megengedésére. Ugyanakkor ez a különvélemény szerzői szerint sem jelenti azt, hogy a közerkölcs semmiképpen nem lehet a sajtó-, illetve véleményszabadság korlátja. A többségi indokolás és a két különvélemény azt a kérdést, hogy vajon hivatkozhat-e egyáltalán az Stv. a közerkölcsre, *fel sem teszi*. Sólyom László azt írja erről, hogy „feltételezhetően hallgatolagos egyetértés volt abban, hogy (megfelelő eljárásban) a közerkölcs korlátozhatja a sajtószabadságot” (Sólyom 2001: 484). Máshol pedig úgy nyilatkozott, hogy:

„Túlzónak érzem azt a kritikát, amely szerint az erkölcsösség kérdésében ítélni visszatérést jelent a felvilágosodás előtti korokba. [...] A közerkölcs olyan elvont érték, amely mögött a legkevésbé állapítható meg egyes egyéni alapjogok sérelme, ezért a legkevésbé szolgálhat korlátozás alapjául. Ugyanakkor [...] az emberi jogi konvenciók mind megengedik a jogok korlátozását a közerkölcs védelmében, ha »demokratikus társadalomban szükséges«” (in Tóth, 1997: 41).

A médiarendszer és a tájékoztatás feladata (Smtv. 10. §)

A törvény szerint:

„...mindenkinek joga van arra, hogy megfelelően tájékoztassák a helyi, az országos és az európai közélet ügyeiről, valamint a Magyar Köztársaság polgárai és a magyar nemzet tagjai számára jelentőséggel bíró eseményekről. A médiarendszer egészének feladata a hiteles, gyors, pontos tájékoztatás ezen ügyekről és

eseményekről.”

A rendelkezés második mondata eltérő szövegezéssel eredetileg a 13. §-ban szerepelt. Az Európai Bizottsággal folytatott tárgyalások eredményeképpen az új szöveg mindenki számára nyilvánvalóvá tette azt, hogy a tájékoztatási kötelezettség előírása nem keletkeztet konkrét kötelezettséget az egyes médiatartalom-szolgáltatókra. Az Smtv. 13. §-ában szereplő korábbi szöveg még nem a „médiarendszer egészéről”, hanem „a médiatartalom-szolgáltatók összességének” feladatáról szólt, ezzel szinte megismételve az Stv. 2. § (1) bekezdésének tartalmát. A rendelkezés sem az 1986-os törvényben, sem az Smtv.-ben nem jelentette azt, hogy mindenkinek, így például a tematikus médiaszolgáltatóknak is kötelező az általános tájékoztatás, ez pusztán – új, jelenleg hatályos formájában is – egy deklaratív, a média közérdekű feladatát megállapító szabály. A tájékoztatási kötelezettség – a mindenkit megillető tájékozódáshoz való jogból eredően – a médiapiac egészétől megkövetelt kötelezettség. E szabály önmagában véve nem telepít konkrét kötelezettséget az egyes médiatartalom-szolgáltatóra, hanem egy általános médiajogi alapelvet rögzít. A konkrét tájékoztatási kötelezettség előírása csak bizonyos médiaszolgáltatók esetében indokolt, és a kérdést a médiatörvény keretei között kell rendezni, ahogyan jelenleg is történik (a közszolgálati, illetve a jelentős befolyásoló erejű médiaszolgáltatók esetében, lásd Mttv. 38. § (1) bek. és 83. § (1) bek. m) pont).

Annak ellenére, hogy e szabály nem telepít kötelezettséget egyetlen médiumra sem, általában véve vitatjuk azon megközelítést, amely szerint „a sajtószabadság fogalmával nem összeegyeztethető, hogy az állam feladatot írjon elő a (magánkézben lévő) sajtó számára” (Bayer, 2011: 14). Ha a „sajtó” alatt itt a sajtótermékeket értjük, „feladat” alatt pedig a tartalmat közvetlenül érintő, tevőleges magatartásra kötelezést, akkor már elfogadható ezen állítás. De ennél tágabb értelemben aligha: a törvények szabályokat, kötelezettségeket is megállapítanak, ezek betartása a sajtó „feladata” (nem csupán a negatív jellegű tartalmi előírásokra, hanem például a koncentrációkorlátozásra is gondolunk).

A kiegyensúlyozott tájékoztatás szabálya (Smtv. 13. § és Mttv. 12. §)

A kiegyensúlyozott tájékoztatás előírása a sajtó közérdekű feladatainak felismeréséből fakad. A szabály alapján a közösséget érintő ügyekről szóló tájékoztatásnak, híradásnak meg kell jelenítenie a szembenálló nézeteket. Egy adott kérdéssel összefüggésben megfogalmazott releváns álláspontokat kell a közönség számára összegyűjteni és bemutatni, ezzel lehetővé téve, hogy megalapozott döntést hozhasson a vitatott kérdésben, így szolgálva a demokrácia eszméjét. A kiegyensúlyozottság specifikus előírás a pluralizmushoz képest: általában csak a tájékoztató műsorokban (de nem feltétlenül kizárólag a hírműsorokban) érvényesülő kötelezettség. A műfaji sajátosságokat figyelembe kell venni, és ezek alapján bizonyos műsorszámoktól (például a politikai kabarétól) nem feltétlenül lehet elvárni a hírműsorokhoz hasonló kiegyensúlyozottságot.

A kiegyensúlyozott tájékoztatás szabálya nyilvánvalóan csak a médiaetika és a szakmai előírások segítségével alkalmazható, az adott helyzet körülményeinek függvényében. Nem jelenthet másodpercre pontosan kiszámított egyenlőséget az egyes vélemények bemutatásakor, bár a magyar médiahatóság főként a megjelenés időtartamát veszi figyelembe a kiegyensúlyozottság megállapításakor. A jog eszközeivel ugyanis nem mérhető pontosan a riportalanyokkal szemben tanúsított egyenlő, elfogulatlan bánásmód, sem a kérdéseket feltevért riporter hangszíne vagy szerktikulációja. Minden szembenálló nézet bemutatására értelemszerűen nem mindig van lehetőség, a szerkesztés során olykor választani kell a releváns, és szükséges súllyal, a kellő arányban képviselt nézetek között (ez azonban nem jelentheti mindenkor kizárólag az „uralkodó” nézetek bemutatását). Az egyes nézeteknek, és nem azok képviselőinek kell megjelenniük: az adott helyzetben a szerkesztő választhat valamely nézet több képviselője közül, de indokolt esetben (például az ellentétes oldalról érkező riportalany hiányában) akár maga a riporter vagy az újságíró is elvégezheti a kiegyensúlyozás feladatát, az eltérő álláspont megjelenítését. A kiegyensúlyozott tájékoztatásnak nem feltétlenül kell minden egyes műsorszámában megvalósulnia, ez jelentősen megnehezítené például a tájékoztató jellegű magazinműsorok készítését. Bizonyos esetekben elégséges, ha a – több részből álló vagy rendszeresen jelentkező műsorszámok esetében – műsorsorozat egészében vagy akár az adott csatornán található műsorfolyam egészében valósul csak meg a kiegyensúlyozott tájékoztatás.

Egyes nézetek szerint a kiegyensúlyozottság jelenlegi, általános előírását a közeli jövőben jelentősen szűkíteni kellene, és elegendő volna kizárólag a közszolgálati vagy legfeljebb az analóg földi sugárzású, országos csatornákkal szemben megkövetelni (lásd például Gálik Mihály et al., 2003: 988; Kertész, 2006). A felvetés azon az előfeltevésen alapul, hogy a frekvenciaszűkösség elmúltával, illetve a médiaszolgáltatás új terjesztési módjaival ma már nem indokolható az egyes médiumok szabadságába való ilyen mértékű beavatkozás. Ma már számos televízió és rádió, illetve sajtótermék gondoskodik a tájékoztatásról, véget ért a korábbi állami monopólium és a csak szűk körben létező magántulajdonú médiumok kora. Aki pedig a valóságra kíváncsi, igenis vegye a fáradságot arra, hogy több (akár külön-külön elfogult) médiaszolgáltatás híradásait is megtekintsi, esetleg naponta több lapot is átolvasson.

Egyetértünk azzal, hogy bizonyos mértékig elvárható, hogy az érdeklődő polgár több forrásból is tájékozódjon, azonban erre alapozva megítélésünk szerint nem szüntethető meg a kiegyensúlyozottság általános kötelezettsége. Ha ugyanis valóban komolyan vesszük a demokráciát, akkor a közösség ügyeiben a lehető legszélesebb kör számára kell döntési helyzetet teremtenünk: az pedig csak a nagyon kevés ráérőtől várható el, hogy naponta több híradót is végignézzen, és a *Magyar Nemzet* után még vegye kezébe a *Népszabadságot* is. A hozzáférés lehetősége a megnövekedett számú médiumhoz – bár az internet térnyerésével folyamatosan nő – nem általános, ráadásul a nagyobb mennyiség nem szükségszerűen hozza magával az általuk képviselt nézetek arányos megoszlását és az így megszülető kiegyensúlyozottságot.

A kiegyensúlyozott tájékoztatás kötelezettsége a sajtótermékekre és a lekérhető médiaszolgáltatásokra nem, csak a

tájékoztatási tevékenységet végző lineáris (hagyományos) médiaszolgáltatásokra vonatkozik. A kiegyensúlyozott tájékoztatásra vonatkozó szabály 1996 óta létezik a magyar jogrendben (és létezik valamilyen formában számos más európai országban is, például Ausztriában, Csehországban, Franciaországban, Németországban, Görögországban, Írországban, Olaszországban és az Egyesült Királyságban), ezért e területen a médiahatóság, illetve a bíróság jelentős mértékű jogalkalmazási gyakorlattal rendelkezik (amely ugyan a korábbi médiahatóságon belüli működési zavarok miatt nem feltétlenül ellentmondásmentes, de amelyre lehet támaszkodni a jövőbeni jogalkalmazás kiindulópontjaként).

Az Mttv.-ben szereplő kiegyensúlyozott tájékoztatási kötelezettség tartalma megfelel a normavilágosság alkotmányossági szempontjának. A tájékoztatás kiegyensúlyozottságának tartalmát az Mttv. 12. §-a és az Smtv. 13. §-a együttesen határozza meg. A tájékoztatási tevékenységet végző lineáris médiaszolgáltatások a közérdeklődésre számot tartó, illetve a törvényben meghatározott szempontok alapján jelentős eseményekről, vitatott kérdésekről „az általuk közzétett tájékoztató, illetve híreket szolgáltató műsorszámokban kötelesek sokoldalúan, tényszerűen, időszerűen, tárgyilagosan és kiegyensúlyozottan tájékoztatni”. Ki kell emelni, hogy e kötelezettség – ahogyan a múltban sem – nem jelenti a szerkesztői szabadság aránytalan korlátozását: azt, hogy mely események tartanak számot a közérdeklődésre, azaz mely eseményekről történik beszámoló az egyes műsorszámokban, kizárólag a szerkesztő, illetve a médiaszolgáltató döntheti el.

Az Alkotmánybíróság az 1/2007. (I. 18.) AB-határozatban alkotmányosnak ítélte az Rttv. hatálya alá tartozó médiaszolgáltatókat terhelő kiegyensúlyozottsági kötelezettséget.³ A Legfelsőbb Bíróság BH 2007. 253. szám alatt közzétett eseti döntésében kifejtette, hogy a kiegyensúlyozott tájékoztatás fogalmába a sokoldalúság, a tényszerűség, az időszerűség és a tárgyilagosság követelménye is beleértendő, tehát a „kiegyensúlyozottság” egy olyan általános kategória, amelynek a törvény több részlemét nevesíti. Az Mttv. 181. § (1) bekezdése alapján ugyanakkor olyan értelmezés is lehetséges, amely szerint az Smtv. 13. §-ában foglalt előírások (a „sokoldalú, tényszerű, időszerű, tárgyilagos és kiegyensúlyozott tájékoztatás” kötelezettsége) közül csak utóbbit, azaz a kiegyensúlyozott tájékoztatást vizsgálhatja a hatóság. Az Mttv. 181. § ugyanis kizárólag a kiegyensúlyozottsági kötelezettség megsértése esetére határoz meg eljárásrendet. Mivel a hatásköri felsorolásból (182-184. §) is kiderül, hogy a hatóság csak a kiegyensúlyozottsági kötelezettséget vizsgálja, ennek megfelelően a többi előírás *lex imperfecta* marad.

A pluralizmus követelménye a médiaszabályozás egyik alapvető vezérelve. Maga a kifejezés a német Alkotmánybíróság úgynevezett harmadik televíziós határozatából ered,⁴ amelyben a bírák különbséget tettek belső és külső pluralizmus között. A *belső pluralizmus* (amely a határozat értelmében csak a közszolgálati médiaszolgáltatókat kötelezi) megköveteli az adott szolgáltatástól, hogy műsorszámainak összességében, a társadalomban található egyes nézetek bemutatását tekintve valamiféle egyensúlyi állapot jöjjön létre, tehát a csatorna műsorai ne legyenek elfogultak egyik irányban sem, de mégis bemutassák az egyes vitás (nem feltétlenül politikai) kérdéseket, teret adva minden álláspont megjelenésére, a műsorszámok pedig legyenek sokszínűek, elégítsék ki a közönség lehető legszélesebb körének igényeit – ide értve a kisebbségi igényeket is. A *külső pluralizmus* értelmében valamennyi médiaszolgáltatónak *együttesen* kell biztosítani a bemutatott nézetek és a tartalomkínálat *sokféleségét*, illetve meg kell teremtenie azok *egyensúlyát*. Tehát, bár a magántulajdonú médiaszolgáltatókat a belső pluralizmus nem terheli, azoknak együttesen szintén meg kell felelniük a pluralizmus követelményének.

Ebből akár az a – nézetünk szerint téves – következtetés is levonható, hogy a pluralizmus azonos a kiegyensúlyozott tájékoztatás előírásával, holott annál jóval tágabb értelmű kötelezettségről van szó. A pluralizmus követelménye foglalja össze a legáltalánosabban mindazon kötelezettségeket, amelyek a média demokratikus feladatainak való megfelelést segítik elő. Abból a felismerésből fakad, hogy a médiának jelentős a kulturális és politikai befolyása, amivel összefüggésben valamilyen módon a közönség érdekeit is biztosítani kell. További felismerés – amely elvezet a pluralizmus követelményéhez –, hogy bár az állam távoltage a médiától kétségkívül a közönség érdekeit szolgálja, azonban önmagában még nem képes biztosítani azokat. A pluralizmus és a kiegyensúlyozott tájékoztatás azonosnak tekintése azért sem indokolt, mert az utóbbit gyakran a médiaszolgáltatók konkrét kötelezettségévé teszik az egyes médiatörvények, ezzel szemben a pluralizmus csak ritkán jelenik meg az egyes alkotmányokban, illetve médiatörvényekben, és akkor is alapvető rendelkezésként.

A pluralizmus követelménye nemcsak tartalmi kötelezettségeket, hanem a médiapiac rendszerét befolyásoló strukturális korlátozásokat is előír, valamint korlátozza a lehetséges piaci viselkedést. A pluralizmus nevében lehetséges fellépni a média túlzott koncentrációja ellen, korlátozva a tulajdonjogot a médiapiacon; a versenyjogi szabályok által befolyásolni a piaci szereplők viselkedését; előírni a műsorterjesztők számára bizonyos csatornák közzel történő továbbítását (*must carry*); konkrét tartalmi előírásokat meghatározni a médiaszolgáltatók számára (közszolgálati kötelezettségek, kötelező hírműsor-szolgáltatás, kiegyensúlyozottság stb.). Az egyes tartalmi kötelezettségek csak a „belső” pluralizmus körében, tehát egy adott médiaszolgáltató által készített műsorfolyamra nézve kötelezőek, míg a strukturális és versenyjogi előírások a „külső” pluralizmus megteremtéséhez járulnak hozzá. A magyar Alkotmány és a médiaszabályozás nem szól a pluralizmusról, de említi az annak megfelelőjeként használt sokszínűséget (Alkotmány 61. § (2) bek. és Smtv. 4. § (1) bek.).

Az 1/2007. (I. 18.) AB-határozatban az Alkotmánybíróság leszögezte, hogy a kiegyensúlyozottság követelménye nem ellentétes a sajtószabadság alapjogával, még az egyre szélesebb műsorkínálat korában sem. Zavaró, hogy a határozat a *kiegyensúlyozottságot* előíró Rttv.-beli szabályok alkotmányossági vizsgálatakor a *pluralizmus* kifejezést is használja. Megállapítja, hogy:

„...a külső pluralizmus a rádió- és a televízióprogramok teljes kínálatát figyelembe véve, a sokszereplős piac létrejöttével megvalósult. Ez a sokszínű műsorkínálat azonban önmagában nem teszi szükséglettelé

a kiegyensúlyozottsági követelmény (belső pluralizmus) előírását.”⁵

Az Alkotmánybíróság tehát a két fogalmat részben egymás megfelelőiként alkalmazza. Ugyanakkor szintén megállapítja, hogy önmagában a felszabaduló médiapiac nem elegendő a pluralizmus (kiegyensúlyozottság) elérésére:

„A véleménypluralizmus fenntartása érdekében a kiegyensúlyozottság vizsgálendő a közpénzből létrehozott és működtetett közszolgálati műsorszolgáltatók, továbbá azon kereskedelmi rádiók és televíziók esetében, amelyek véleményformáló ereje jelentőssé válik.”⁶

Az indokolás ez utóbbi mondata félreérthető lehet, elvégre az Alkotmánybíróság határozatában nem ítélte alkotmányellenesnek a *valamennyi* rádiós és televíziós médiaszolgáltatót kötelező kiegyensúlyozottsági követelményt. Akik a határozat legfontosabb mondatának ezt tartják (Polyák & Majtényi, 2011: 3), figyelmen kívül hagyják azt, hogy az AB érintetlenül hagyta az általánosan érvényesülő kiegyensúlyozottsági követelményt.

A pluralizmus és a kiegyensúlyozottság kifejezését szintén kissé félreérthetően alkalmazza a határozat, számos félreértés ebből adódik, hiszen miközben nyugtázza a (külső) pluralizmus megvalósulását, továbbra is fenntarthatónak véli a kiegyensúlyozottság követelményét. A kettő – ha a fogalmakat nem egymás megfelelőiként használjuk – természetesen nem zárja ki egymást.

A határozat rendelkező része pedig alkotmányos követelményként írja elő, hogy a tájékoztatás kiegyensúlyozottságát – a műsor jellegétől függően – az egyes műsorszámokon belül, illetve a műsorszámok összességében kell vizsgálni. Az indokolás szerint:

„...nincs akadálya annak, hogy a műsorszolgáltató rendszeresen jelentkező műsorszámok sorozatában mutassa be a közéleti témához kapcsolódó releváns álláspontokat. A kiegyensúlyozott tájékoztatás követelménye nem értelmezhető úgy, mint amely azt a követelményt támasztja a műsorszolgáltatóval szemben, hogy az minden egyes álláspontot minden műsorszámában megjelenítsen. Ha a kiegyensúlyozottsági követelmény érvényesítésére minden esetben kizárólag egy műsorszámon belül keríthetne sort a műsorszolgáltató, az a sajtó-, azon belül a szerkesztési szabadság olyan fokú sérelmét jelentené, amelyet a legitim jogalkotói cél: a véleménypluralizmus elérése nem igazol.”

Az AB által meghatározott értelmezést az Mttv. 12. § (2) bekezdése immár egyértelműen rögzíti.⁷

A kiegyensúlyozott tájékoztatás kötelezettségének betartása önálló, a törvényben külön címben szabályozott eljárástípusban, immáron egyértelműen hatósági eljárásjogi szabályok keretében vizsgálható (Mttv. 181. §). A jogszabály kifejezetten rögzíti, hogy ez az eljárás hivatalból nem, kizárólag kérelemre indulhat. Az Rttv.-hez hasonlóan a kérelmező a hatósági eljárás kezdeményezését megelőzően köteles kifogásával a médiaszolgáltatóhoz fordulni.

Az Rttv. alapján a kiegyensúlyozottság hiánya miatti panasztételre csak a „kifejezésre nem juttatott álláspont képviselőjének” vagy a „sérelmet szenvedettnek” volt joga, tehát a törvény és a hatósági gyakorlat „érintettséget” kívánt meg az eljárás megindításához. Ez a szabály a jogintézmény céljának félreértését jelentette. A kiegyensúlyozottság ugyanis nem kizárólag, sőt nem elsősorban az elhallgatott álláspont képviselőjét védi, hanem a tájékozódni kívánó közönséget. Azaz a hiányos tájékoztatás mindenkit sért, aki tájékozódni kíván, így mindenkinek jogot kell adni a panasztételre. Ez nem az önrendelkezési jog sérelme (lásd MÚOSZ 2011: 15. pont); éppen ellenkezőleg, egy újabb eszköz a „közönség” számára a fellépésre érdekeinek, jogainak védelmében.

A kiegyensúlyozott tájékoztatás kötelezettségének betartását vizsgáló hatósági eljárás a médiahatóság általános hatósági felügyeleti eljárásaihoz képest speciális abban a tekintetben is, hogy a jogsértés megállapítása esetén kizárólag a törvényben meghatározott speciális jogkövetkezmények alkalmazhatók. Vagyis jogsértés megállapítása esetén bírság nem szabható ki, a médiaszolgáltatói jogosultság felfüggesztésére, „elsötétítésre” nem kerülhet sor, a médiaszolgáltatói szerződés nem mondható fel, illetve a médiaszolgáltatói jogosultság nem szüntethető meg. A hatóság jogsértés megállapítása esetén kizárólag arra kötelezheti a médiaszolgáltatót, hogy az eljárásban született döntést, illetve a döntésben meghatározott közleményt közzétegye, vagy a kérelmezőnek adjon lehetőséget álláspontjának megjelenítésére.

Megjegyzést érdemel még, hogy az Európai Bizottsággal folytatott kormányzati tárgyalásokat követő törvénymódosítás előtt a kiegyensúlyozottsági követelmény a lekérhető médiaszolgáltatások hír- és tájékoztató műsorszámaira is vonatkozott. Ennek indoka – mint az Navracsics Tibor miniszter Neelie Kroes biztosnak 2011. január 31-én írt leveléből kiderül – az volt, hogy:

„...előreláthatóan a nem túl távoli jövőben a hagyományos televíziózás jelentős visszaszorulása prognosztizálható, és így a lekérhető tartalmak szerepe jelentősen megnő a közéleti tájékoztatás terén is. A politikai pluralizmus megőrzése és a tájékoztatás sokszínűsége érdekében indokolt a kiegyensúlyozottsági kötelezettség előírása a lekérhető médiaszolgáltatások érintett műsorszámai tekintetében.”

Mindenesetre ezt követően a lekérhető médiaszolgáltatások vonatkozásában a szabály módosult, és hatályos formájában kizárólag a lineáris médiaszolgáltatásokra terjed ki.

Jog az információforrások titokban tartására (Smtv. 6. §)

Az Smtv. 6. § (1) bekezdése értelmében valamennyi médiaszolgáltató és sajtótermék kiadója, illetve az újságíró „jogosult a számára információt átadó személy kilétét titokban tartani”. Ez az általános titoktartási jog kiterjed a bírósági és hatósági eljárásokra is, azaz jogosultságot teremt a médiának a tanúzási kötelezettség alóli mentesüléshez. Az 1986-os Stv. éppen a legfontosabb esetekben, a büntetőeljárásokban hagyta védelem nélkül a sajtót, amikor nem biztosította számára a titoktartás jogát, hanem az eljárási törvényre utalta e kérdés rendezését.

Az Stv. 11. § (1) bekezdésének b) pontja szerint az újságíró:

„...a felvilágosítást adó személy nevét jogosult – annak kérelmére köteles – titokban tartani; bűncselekményre vonatkozó felvilágosítás esetén a büntető jogszabályok rendelkezései az irányadók.”

Így általános érvennyel, illetve a polgári perekben és a közigazgatási eljárásokban korábban is megtagadható volt a forrás kilétének felfedése. Ugyanakkor a büntetőeljárásról szóló törvény 82. § (1) bekezdés c) pontja alapján akkor lehet megtagadni a tanúvallomás megtételét, ha az illető foglalkozásánál fogva titoktartásra *köteles*. Az újságíró azonban foglalkozásánál fogva nem köteles a titoktartásra, pontosabban: a titoktartás nem foglalkozásánál fogva kötelezi (mint például az orvosokat, ügyvédeket), hanem az a forrással esetlegesen kötött megállapodásából eredhet. Így az őt nem foglalkozásánál fogva terheli, hanem egy magánjogi megállapodásból ered, amelyet egyébként bárki – nem újságíró is – megköthet egy fontos információ birtokosával.⁸ Az új szabályozást megelőzően tehát a büntetőeljárásokban az újságírók forrásaik felfedésére voltak kötelezhetők.

Az új szabály alapján az általános titoktartási jog nem korlátlan. Eleve nem terjed ki a minősített adatot illetéktelenül átadó információforrás védelmére, illetve a bírósági és hatósági eljárások során kivételesen indokolt esetben, „a nemzetbiztonság és a közrend védelme vagy bűncselekmények elkövetésének felderítése vagy megelőzése érdekében” az információforrás felfedésére kötelezhető a médiatartalom-szolgáltató. A kivételek köre szűk, és az újságírók titoktartási jogának korlátozását indokolják (a leginkább vitatott „közrend” kategóriája is értelmezhető a büntetőjogi gyakorlat alapján). E kivételeket a sajtószabadság tiszteletben tartása érdekében megszorítóan kell értelmeznie a bíróságoknak és a hatáskörrel rendelkező hatóságoknak.

A Médiatanács ugyanakkor nem értelmezhető olyan hatóságként, amely az Smtv. 6. § (3) bekezdése alapján eljárhatna a források felderítése érdekében. Az Mttv. 182. § c) pontja ugyanis pontosan meghatározza azon hatósági hatásköröket, amelyeket a Médiatanács az Smtv.-ben foglalt kötelezettségek felügyelete keretében gyakorolhat („A Médiatanács [...] felügyeli az Smtv. 13–20. §-ban foglalt követelmények betartását”). Az Mttv. 182. §-a és egyéb rendelkezései a Ket.-nek megfelelően kimerítően sorolják fel a Médiatanács hatósági hatásköreit. A hatósági hatáskörök „rögzítettsége” pedig a vonatkozó bírósági és alkotmánybírósági gyakorlat alapján egyértelmű, vagyis nem bővíthető (a hatáskör hiányában hozott döntés a Ket. szerint semmisségi ok). Az Smtv. 6. § (3) bekezdés tekintetében az Mttv. hatósági hatáskört, hatósági ügýtípust nem telepít, a hatósági eljárásokban történő tényfeltárási jogosultság körén pedig szintén kívül esik az Smtv. 6. § (3) bekezdése, hiszen az Mttv. eljárási szabályaiban sem utal ilyen típusú adatszolgáltatási hatáskörré. Ilyen exkluzív hatásköri felsorolás nélkül is megállapítható, hogy a Médiatanács felügyeleti jogköre nem terjed ki a források felfedésére való kötelezésre, hiszen a felügyeletet – az emberi méltóság megsértésének kivételével, lásd az Smtv. 14. § (1) bekezdését – csak a médiatartalom, és nem annak keletkezési körülményei tekintetében gyakorolja: azt vizsgálja, hogy a közzétett tartalom jogszerű-e, azt pedig nem, hogy honnan származik az abban felhasznált információ, illetve az milyen körülmények között került a sajtó tudomására.

Az Mttv.-nek a tényállás tisztázására (155. §) és az adatszolgáltatásra (175. §) vonatkozó rendelkezései az Smtv. 6. § összefüggésében ennek megfelelően nem alkalmazhatók. A „közrend” és a „nemzetbiztonság” védelme, a „bűncselekmények” felderítése és megelőzése értelemszerűen nem lehet a Médiatanács feladata, ezen érdekek védelmében a rendőrség és a nemzetbiztonságért felelős hatóság jogosult fellépni.⁹ Feltéve, de meg nem engedve, hogy a Médiatanács e rendelkezéseket mégis megpróbálná a források felderítésére felhasználni, az érintett médiaszolgáltató vagy kiadó minden esetben élhetne a Ket. alapján a testület erre irányuló végzésével szemben biztosított jogorvoslati jogával, amelyet a közigazgatási bíróság bírálna el. A felülvizsgálatot folytató bíróság pedig a hatáskör hiányából eredő semmisség okán nem mérlegelhetné a vonatkozó hatósági döntés megsemmisítését.

Az oknyomozó újságírás védelme (Smtv. 8. §)

Jogosult-e a sajtó tényfeltáró munkája közben valamely bűncselekmény vagy egyéb visszaélés feltárása érdekében egyébként jogellenes, törvénytelen cselekményt elkövetni? Hol húzódnak az oknyomozó újságírás határai? Ha szeretnénk, hogy az újságírók segédkezzenek a közhatalom átlátható, demokratikus működésének folyamatos ellenőrzésében, akkor – együttműködésük esetén – már a nyomozó hatóság általi meggyanúsításuk is indokolatlan lehet, a rendőrséget előzetesen nem tájékoztató tényfeltáró újságírók pedig nem ítélnék el az általuk elkövetett jogsértés miatt, mert értelemszerűen hiányzik cselekményük társadalomra való veszélyessége.

Az Smtv. lehetővé teszi az oknyomozó újságírók mentesülését bármely felelősségre vonás alól, ha a jogsértést valamely közérdekű információ megszerzésével összefüggésben követte el, és az adott információ általa nem vagy csak aránytalan nehézséggel lett volna más módon megszerezhető. A mentesülés feltétele, hogy az újságíró által elkövetett jogsértés ne okozzon aránytalan vagy súlyos sérelmet, továbbá az információ megszerzésére ne a minősített adatok védelméről szóló törvény megsértésével kerüljön sor. A mentesülés nem terjed ki az újságíró jogsértő magatartásával okozott vagyoni kár megtérítésére irányuló igény polgári peres úton való érvényesítésére.

Egyes kritikusok szerint a törvénytörvényben szereplő „közérdekű információ” meghatározatlan, nem világos kategória. Hibaként említik, hogy a „közérdekű információ” nincs normatív módon meghatározott definíciója (TASZ, 2011: 4.1. pont). A némely jogászokat olykor hatalmába kerítő definiálási vágy kielégítése megítélésünk

szerint nem szükséges e szabály vonatkozásában, a jogalkalmazási gyakorlat ugyanis esetről esetre pontosan meg tudja majd határozni a közérdekű információ tartalmát. Megítélésünk szerint mélysegesen sérelmes az újságírókra és a szerkesztőkre nézve azt feltételezni róluk, hogy esetleg nem tudják megállapítani, mely információ közérdekű, és melyik nem – ez ugyanis szakmájuk, munkavégzésük egyik alapvető kiindulópontja.

Álláspontunk szerint tehát a közérdekű információ fogalma nem sérti az Alkotmány 2. § (1) bekezdésében rögzített normavilágosság követelményét, nem állítható, hogy e fogalom eleve értelmezhetetlen lenne a jogalkalmazó számára. A közérdekű információ fogalma meghatározásánál kiindulópont lehet a *közérdekű adat* fogalma a személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról szóló 1992. évi LXIII. törvényben, illetve az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról szóló 2011. évi CXII. törvényben (Avtv.) – bár az Smtv. szerinti közérdekű információ ennél tágabb kört jelent –, valamint a sajtószabadság gyakorlásának egyik fő funkciója (a demokratikus tájékoztatás). Ezekből kifolyólag az Smtv. alkalmazásában közérdekű információ az állam alkotmányos működésével összefüggő, azt célzó ismeret, adat, amelyről való tájékoztatás a média alapvető feladata.

Jog a nyilatkozat visszavonásához (Smtv. 15. §)

Az új szabály jelentősen növeli a médiatartalom-szolgáltatók lehetőségeit, egyben – a demokratikus nyilvánosság védelme érdekében – szűkíti a nyilatkozatok visszavonására irányuló jogot.

Az Smtv. 15. § (1) bekezdése a nyilatkozat közzétételéhez való beleegyezéssel való visszaélés általános tilalmát rögzíti, a (2) bekezdés a közzétételre előkészített nyilatkozat kötelező bemutatását írja elő. A bemutatást követően a nyilatkozó abban az esetben vonhatja vissza a közzétételhez történt hozzájárulását, ha a médiatartalom-szolgáltató azt „érdemben megváltoztatta, és a változtatás a nyilatkozatot adó számára sérelmes”. Ezzel szűkült a visszavonás elvi lehetősége, hiszen korábban, az Stv. alapján bármilyen – nem érdemi, és sérelmet nem okozó – megváltoztatás esetén lehetőség volt a visszavonásra (Stv. 11. § (1) bekezdés d) pont).

Az Smtv. 15. § (1) bekezdésében szereplő visszaélés jogkövetkezménye a (3) bekezdés alapján szintén a nyilatkozat visszavonása lehet, de csak abban az esetben, amennyiben a nyilatkozat nem közérdekű, közéleti eseményre vonatkozott vagy azt nem közszereplő (hivatalos vagy közfeladatot ellátó személy vagy politikai közszereplő) tette. Tehát ha közéleti ügyekben bárki nyilatkozott, illetve egy közszereplő bármiről nyilatkozott, még visszaélés esetén sem vonhatja vissza a nyilatkozatát. Természetesen a (2) bekezdésben önálló tényállás szerepel, az ott biztosított lehetőség bármely témában és bárki által tett nyilatkozatok tekintetében fennáll.

A szabályozás legfontosabb indokai feltehetőleg az úgynevezett kibeszélő show-kban és tehetségkutató műsorszámokban tapasztalt korábbi visszaélések voltak, amikor a médiaszolgáltatók szerződésben korlátozták a visszavonás jogát, majd a szereplőkre sérelmes módon tették közzé nyilatkozatukat. Fontos tehát kiemelni, hogy az Smtv. 15. §-a nem pusztán a sajtóra és nem kizárólag a „hagyományos” interjúkra terjed ki, a „nyilatkozat” kategóriája elég tág ahhoz, hogy bármely médiabeli megszólalást magában foglaljon. Az Smtv. alapján ugyanakkor a visszavonásnak „a közzétételt megelőzően kellő időben” kell történnie, és nem okozhat a „médiatartalom-szolgáltató számára aránytalan sérelmet”. A „kellő idő” médiumtípusonként eltér, a konkrétumokat majd a jogalkalmazási gyakorlat alakítja ki. A korábban tapasztalt anomáliákkal szemben ugyanakkor kellő védelmet nyújt az Smtv. 15. § (3) bekezdése, amely a magánszemélyek által magántermészetű ügyben tett nyilatkozat – és a médiatartalom-szolgáltató visszaélése – esetén biztosítja a visszavonás jogát, egyben semmissé nyilvánítja az e jogot korlátozó szerződéses kikötéseket.

Összegzés

A tanulmány végkövetkeztetése az, hogy az új magyar szabályozás tárgyalt elemei a magyar alkotmányosság keretein belül maradván válaszokat a felmerülő kérdésekre. A szabályozás tárgyi hatályának kiterjesztése, illetve a nyomtatott és az internetes sajtóra vonatkozó szabályozás változásai persze az 1989 óta meghatározott alkotmányos keretek újragondolását és újbóli meghatározását igénylik. Ezek átgondolása és elemzése azonban nyugalmat és kellő távolságtartást követel, amelyre az elmúlt hónapokban még nemigen nyílt lehetőség. Annyi azonban e rövid idő alatt is kiderült, hogy a média tartalomszabályozásának problematikája sok szakértő számára szinte világnézeti kérdés, amelyben a különböző, már-már dogmaszerű felfogások nehezen képesek egymással vitába szállni. A média területe különösen érzékeny és összetett kulturális, társadalmi, jogi, gazdasági és politikai kérdéseket vet fel. Teljes bizonyossággal senki nem állíthatja, hogy zsebében van a bölcsök köve, és az ő válaszai az egyedüli helyes válaszok. Némi empátia, kellő alázat és az átgondolt, óvatos fogalmazás sokat segíthet egymás megértésében.

Irodalom

Bayer Judit (2011): A médiatörvény sajtószabadságot korlátozó rendelkezései. *Médiakutató*, tavasz.

Gálik Mihály & Horvát János & Sente Péter (2003): Egy új médiatörvény alapjai (javaslat). In: Enyedi Nagy Mihály & Polyák Gábor & Sarkady Ildikó (szerk.): *Médiakönyv 2003*. Budapest: Enamiké.

Hanák András (2009): Szent szólásszabadság. *Fundamentum*, 4. sz.

Kertész Krisztina (2006): Kiegyensúlyozottság és pártatlanság az elektronikus médiában a Panaszbizottság 2004-es döntéseinek tükrében. *Médiakutató*, ősz.

Magyar Újságírók Országos Szövetsége [MÚOSZ] (2011): Alkotmánybírósági beadvány, <http://www.muosz.hu/cikk.php?p?page=mozaik&id=2809&fo=2&iid=0> (utolsó letöltés: 2011. július 28.).

Polyák Gábor & Majtényi László (2011): A szabadság hazai hagyományának megtagadása – új médiatörvények Magyarországon. *Közjogi Szemle*, 1. sz.

Sólyom László (2001): *Az alkotmánybíráskodás kezdetei Magyarországon*. Budapest: Osiris.

Társaság a Szabadságjogokért [TASZ] (2011): Alkotmánybírósági beadvány, http://tasz.hu/files/tasz/imce/smtv_abbadvany_0.pdf (utolsó letöltés: 2011. július 28.).

Tóth Gábor Attila (1997): A „nehéz eseteknél” a bíró erkölcsi felfogása jut szerephez. Beszélgetés Sólyom Lászlóval. *Fundamentum*, 1. sz.

Felhasznált jogszabályok

1986. évi II. törvény a sajtóról (Stv.)

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

1996. évi I. törvény a rádiózásról és a televíziózásról (Rttv.)

2004. évi CXL. törvény a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól (Ket.)

2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól (Smtv.)

2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról (Mttv.)

2011. évi CXII. törvény az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról

Lábjegyzetek

1

Bayer Judit azt írja (2011: 14), hogy a többség „kirekesztése fogalmilag is lehetetlen” – ezzel nem tudunk egyetérteni, hiszen a világtörténelem – éppenséggel a 20. századi magyar történelem is – bőven szolgáltatott példát arra, amikor egy kisebbség uralkodott a többség vagy a többségi közösségek felett. Azt sem értjük, hogy a gyűlöletkeltés miatt „nyilvánvalóan csak a kisebbséggel szemben használható fel” (uo.). Ennek alapján a Btk. 269. §-ában szereplő közösség elleni izgatás – számos alkotmányossági vizsgálaton átesett – tényállásának alkotmányossága is megkérdőjeleződhetne, hiszen az is védi a többségi közösségeket (is). A Bayer által felhozott példa éppen találó: a Tilos Rádióban 2003 karácsonyán hangzott el a „legszívesebben kiirtanám az összes keresztényt” mondat, más súlyos megjegyzések mellett. Ez egyértelműen jogsértőnek minősült az Rttv. alapján, és egyébiránt többségi közösséget sértett. Csak azt nem értjük, hogyan tekintheti ezt Bayer egyszerűen „ízléstelen viccelődésnek”. Ennél kevésbé súlyos mondatok miatt is járványként szokott terjedni felénk a szélsőségektől való rettegés.

2

20/1997. (III. 19.) AB-határozat, III./3. pont.

3

Uo. különvélemény, 1. pont.

4

Ezért nehéz egyetérteni az olyan kategorikus, és a bizonyítást nagyvonalúan kerülő kijelentésekkel, amelyek szerint e kifejezések „már a hatályos (sic!) törvényben is értelmezhetetlenek voltak, önkényes és kiszámíthatatlan jogalkalmazáshoz vezettek” (Bayer, 2011: 14).

5

57 BVerfGE 295, 326 (1981).

6

1/2007. (I. 18.) AB-határozat, III./3.2. pont.

7

Uo. III./3.2. pont.

8

Aligha tekinthető tehát az új, pontosított tartalmú szabályozás szigorúbbnak, mint a korábbi (ezzel ellentétesen lásd Bayer, 2011: 14).

9

Téves tehát azon értelmezés, amely szerint az Stv. kötelezővé tette volna a források titokban tartását az újságírók számára (lásd ezzel ellentétesen Bayer, 2011: 15).

10

Nem értünk egyet azon állítással, hogy az Smtv. 6. §-ában foglalt „érdekek, élükön a bűncselekmények megelőzésével a jogban létező leghomályosabb kategóriák...” (Bayer 2011. 15). Megítélésünk szerint a büntetőjog legfontosabb célja a bűncselekmények megelőzése, a nyomozó hatóságok feladata pedig egyebek között annak megítélése, hogy ezt milyen eszközökkel képesek elősegíteni.



Legolvasottabb

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

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

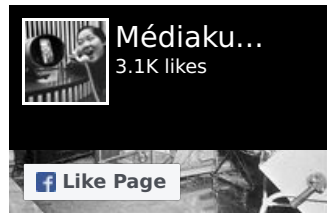
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2011 ősz

Jog

[Dezséri Kálmán:](#)

A magyar médiatörvény a médiáról szóló európai vitákban

Egy negatív szimbólum kialakulásának folyamatáról

A magyar médiatörvényt már sokan és sok szempontból elemezték és értékelték az elmúlt közel egy év során.* Ennek ellenére vannak még olyan szempontok és tényezők is, amelyekről mindeddig nem vagy alig esett szó. Egyes kérdések és események, valamint ezek következményei csak most értékelhetőek, mivel ma már jobban láthatók és megfogalmazhatók. Az elmúlt pár évtizedben, de különösen az 1990-es évek közepétől olyan méretű technikai fejlődés zajlott le a média területén, amely mostanra alapvetően megváltoztatta a szektor működési formáit és lehetőségeit. Az új működési körülmények elkerülhetetlenül új szabályozást igényelnek. Európában a helyzet felemás, mivel egyre növekvő a politikai és a szakmai igény közös szabályozásra, de – mivel a médiapolitika nem tartozik a közösségi politikák körébe – eltérő politikai mozgások is tapasztalhatóak az Európai Bizottság és az Európai Parlament tevékenységében. A cikk ebben az összefüggésben is értékeli a magyar médiatörvényt.

Technikai forradalom a médiában és a médiaszabályozás

Döntően az információs és kommunikációs technika igen jelentős fejlődése következtében a médiaszektor úgy műszaki, mint tartalmi szempontból nagyon gyors változásokon ment keresztül az elmúlt néhány évtized során, és ezek a folyamatok – jelenleg még talán nem is teljesen előre látható irányokban – folytatódnak is. Ezeknek a változásoknak a jelentősége talán legjobban a 19. századi ipari forradaloméhoz hasonlítható, s valószínűleg meg is haladja majd azt.

A legfontosabbak közé tartozik, hogy visszaszorulnak a hagyományos nyomtatott sajtótermékek, s helyettük egyre nagyobb súlyt kapnak az interneten elérhető híroldalak. Bár a hagyományos nyomtatott kiadványok legtöbbször mára már internetes kiadása is van, az úgynevezett *pureplayerek*, azaz csak online kiadású híroldalak fejlődése és piaci térhódítása szinte töretlen. Az interneten keresztül hatalmas információmennyiség válik elérhetővé, visszakereshetővé és sokszorosíthatóvá. Az elektronikus médiában gyors ütemben szűnik meg a lineáris kapcsolat dominanciája a műsort szóró és a műsort fogó között (azaz véget ér az a korszak, amikor a műsor csak a műsorszóróval egy időben fogható), s nyernek egyre nagyobb teret a bármikor lehívható programok. A műszaki fejlődés eredményeinek hatására a nemzeti határok elveszítik jelentőségüket a média működése és az általa közvetített információk tekintetében. Globális méretű társadalmi kapcsolati hálóak alakulnak ki. Mára döntően megszűnt az a korábbi helyzet, amikor a hírek és az információk csak újságírók és szerkesztők közvetítésén, illetve bizonyos politikai szervezetek ellenőrzésén és befolyásolási lehetőségén át jutottak el a felhasználókhöz. Jelentősen megnőtt az úgynevezett civil újságírók, hírforrások és a bloggerek szerepe. Ezek a lehetőségek látható módon már most sokkal nagyobb hatással vannak a politikai események alakulására, mint korábban – ezt az arab országokban 2011 tavaszán és nyarán lezajlott folyamatok is mutatják. A változásoknak ez a sora még bőven folytatható lenne.

A globalizáció körülményei közepette ezek az új fejlődési trendek és változások az országok igen széles köre számára elkerülhetetlenül új és közös szabályozást, azaz új törvényeket, a médiaszektor résztvevői által elfogadott íratlan szabályokat, valamint az önszabályozás új eszközeit igénylik már most, és még inkább a jövőben. A globalizáció korában egy-egy ország nem vezethet be saját új szabályokat és törvényeket anélkül, hogy ne merüljön fel annak a veszélye, hogy ellentmondásba kerül más országok szabályaival, illetve, hogy bizonyos referenciát, példát, azaz *benchmarkingot* jelentsen mások számára. Ez utóbbi akkor lehet különösen veszélyes, ha ez a példa nem progresszív jellegű, s nem a médiának újraszabályozott feltételek közötti működését szolgálja, hanem sokkal inkább annak ellenőrzését célozza meg. Az új magyar médiatörvény konzervatív jellege – amelyet a törvény egyik megfogalmazója, Koltay András több vitafórumon is elismert – miatt sajnos sok tekintetben ez utóbbi kategóriába tartozik. Így döntően e jellemzője miatt érte számottevő nemzetközi kritika és heves bírálat.

Különböző helyekről különböző bírálatok hangzottak el: szakmai, jogvédő és újságíró szervezetek mellett politikusok is hangot adtak véleményüknek. A nemzetközi szervezetek közül az Európai Parlament, az EBESZ, az

Európa Tanács és az ENSZ is foglalkozott ezzel a kérdéssel.¹ Ezek a nemzetközi szervezeteknek más-más a jogi alapjuk a belföldi jogszabályok – így a magyar médiatörvény – értékelésére, és ennek megfelelően a törvényt különböző szempontokból vizsgálták.

Korlátozott lehetőségek az EU számára - az Európai Bizottság és az Európai Parlament szerepe

A nemzetközi szervezetek közül a legkevésbé az EU tudott foglalkozni a döntően a médiafüggetlenség korlátozását elítélő és a média pluralizmusának biztosítását számon kérő kritikákkal, mivel ehhez hiányzott a jogi alapja. A média ügye ugyanis nem közösségi politika, s néhány általános elv megfogalmazásán túl az EU Szerződése² nem foglalkozik a médiával, s így az Európai Bizottságnak igen korlátozott lehetősége van bármilyen állásfoglalásra és számonkérésre. Elsősorban a nemzeti hatóságoknak, beleértve a bíróságokat is, kell biztosítaniuk az egyes tagországokban a média szabadságát és pluralizmusát. Az EU számára a korlátozott jogi alapot elsősorban az AVMS (Audiovizuális médiaszolgáltatások) irányelv, az Európai Unió működéséről szóló szerződésnek a letelepedés és a szolgáltatásnyújtás szabadságát kimondó rendelkezései (49., illetve 56. cikk), valamint a szerződés részeként az Alapvető Jogok Kartája jelenti (11 cikk).³

Az AVMS irányelvet az Európai Parlament és a Tanács 2007-ben fogadta el, s 2010-re kellett a tagországoknak nemzeti jogrendszerükbe átültetniük. Így az Európai Bizottság mindegyik tagország esetében ellenőrzi, hogy a nemzeti médiatörvényeket az irányelvnek megfelelően módosították-e. Ez az irányelv egyébként saját jogi alapját a szerződés egységes belső piacra és a versenypolitikára vonatkozó részeire vezeti vissza. Az, hogy a magyar médiatörvény ekkora nemzetközi figyelmet kapott és ekkora politikai vitát keltett, egyebek között annak is volt köszönhető, hogy nemcsak egyszerű törvénymódosításra, hanem egyben új törvény megalkotására került sor. Habár néhány más ország is ezt a megoldást választotta⁴, a magyar törvény szellemében konzervatívabb, mint a többi ország újonnan megalkotott törvénye.

A másik jogforrás, amire az Európai Bizottság támaszkodhat az értékelésben, az Alapvető Jogok Kartája. Ennek érvényességét viszont a szerződés 6. cikke azzal szűkíti, hogy az csak az EU intézményeire és az általuk alkotott jogra érvényes. Azaz, mivel az EU-nak nincs kimondott kompetenciája a média függetlensége, szabadsága és pluralizmusa⁵ számos kérdésében, így az Alapvető Jogok Kartájának érvényessége sem terjedhet ki ezekre a területekre.

A bírálók, akik általában nem voltak tisztában ezekkel a jogi részletekkel, az Európai Bizottságtól várták a magyar médiatörvény alapos elemzését és részletes megítélését. Mivel ez várakozásaikhoz képest jelentősen szűk körű volt, és a kritizált pontok köre (az ismert négy pont: a kiegyensúlyozott tájékoztatás, a származási ország elve, a médiaszolgáltatás nyilvántartásba vétele, a sértő médiatartalom)⁶ lényegében elmaradt attól, amit reméltek, a bizottság lépései komoly csalódást jelentettek számukra. A magyar kormányzat pedig – a kezdeti elutasító álláspontjának megváltoztatása után – alapvetően arra erősített rá, hogy szintén az EU-tól várta a törvény értékelését, mert valószínűleg felismerte, hogy azokra a pontokra, amelyeket a legélesebben kritizáltak mind a magyar, mind a külföldi bírálók, az Európai Bizottságtól nem fog értékelés érkezni.

A magyar kormányzat számítása, úgy tűnik, bevált. Az Európai Bizottságnak a korlátozott jogkörből fakadó korlátozott körű bírálata akaratlanul is mintegy legalizálta a törvénynek azokat a pontjait is, amelyeket más fórumokon a legélesebben bíráltak, de amelyekkel az EU értékelése nem foglalkozhatott. Ezt nagyon jól tükrözi az, hogy az Európai Bizottság a magyar médiatörvény vizsgálatakor mindössze 15 cikket vizsgált a 230 cikket tartalmazó törvényből⁷ és nyolcat a 25 cikket tartalmazó médiaalkotmányból,⁸ nem pedig az egész joganyagot. Ezért valótlannak és félrevezetőnek azok a legfelsőbb magyar politikai vezetők által is hangoztatott állítások, hogy az Európai Bizottság négy pontot tartalmazó bírálatát követő törvénymódosítás eredményeként az egész törvény „EU-konform”, azaz európai színvonalúvá vált, és „ha valakinek még mindig problémája lenne, az forduljon az EU-hoz”.⁹ Egy ilyen helyzet sajnálatos módon az Európai Bizottság politikai hitelének csökkenését eredményezi.

Részletekbe menő és további alaposabb jogszabáylelemzés még azt is kimutathatja, hogy a magyar médiatörvény nemcsak az AVMS-irányelv pontjait érinti, hanem más telekommunikációval foglalkozó irányelveket is.¹⁰ Továbbá az AVMS-irányelv minden tagország jogrendjébe való átültetésének vizsgálata – így a magyar eset sem – még nem zárult le teljesen. Ennek következtében még felmerülhetnek kifogások az Európai Bizottság részéről – mint pl. az Európai Bizottság 2011. szeptember 1-i újabb levele –, s így további törvénymódosítási igények sem zárhatóak ki.¹¹

Annak ellenére, hogy az EU joghatósága nem terjed ki olyan területekre, amelyeket az Európa Tanács, az EBESZ, az ENSZ és más nemzetközi szakmai és politikai szervezetek a bírálataikban érintettek, s utóbbi szervezetek eszközei gyengébbek, mint azok, amelyek az EU rendelkezésére állnak (például az Európai Bíróság ítélete), a magyar kormányzatnak nem lenne szabad teljesen semmibe vennie ezeknek a szervezeteknek az álláspontját és bírálatát. Téves az a politika, amely figyelmen kívül hagyja az ilyen kritikákat azon az alapon, hogy azokat az Európai Bizottság bírálata nem tartalmazza. A bizottság a kérdéseknek csak egy szűkebb körére vonatkozóan mondhatott véleményt, mivel a joghatósága korlátozott. A többi nemzetközi szervezet bírálati ugyanis olyan elvek megvalósítását kéri számon, amelyeket Magyarország vagy az ezekhez a szervezetekhez való csatlakozásakor, vagy pedig a későbbi döntéshozatalok résztvevőjeként elfogadott. Az ilyen elvek érvényesítésében való visszalépés Magyarország politikai hitelességének gyengülését eredményezi már rövidtávon is.

Az EU részéről az európai jog alapján elmondható értékelése és az esetleg ténylegesen domináló politikai véleménye közötti különbséget az Európai Bizottság és az Európai Parlament állásfoglalásai közötti különbségek is érzékeltethetik. Ezt tükrözi az Európai Parlament 2011. március 11-ei határozata¹² és a bizottságnak az arra adott

válasza is. Az Európai Parlament határozata az AVMS-irányelvre, az e-kereskedelem (2000/31/EC) irányelvre, valamint két – a magyar parlament által még nem átültetett – keretdöntésre (2008/913/JHA a rasszizmusról és idegengyűlöletről, valamint a 2008/919/JHA a terrorizmus elleni harcról) hivatkozik. A bizottság állásfoglalása szerint viszont a februárban kért négy módosításon túl nincs már jogi lehetősége további olyan törvénymódosításokat előírni, amelyeket az Európai Parlament még szeretne.

Tény, hogy az Európai Parlament médiapolitikai kérdésekben sokkal nyíltabban, radikálisabban és átfogóbban fejtette ki a véleményét az elmúlt évtizedek során, mint az Európai Bizottság. Ennek alapvető oka az, hogy míg az Európai Parlament lényegében szabadon fejtheti ki véleményét politikai kérdésekben, addig az Európai Bizottságot a véleménynyilvánításában korlátozza az a jogkör, amit az uniós jog biztosít a számára.

Az Európai Parlament európai médiapolitikát akar

Az Európai Parlament már több évtizede igen erőteljesen szorgalmazza, hogy a bizottság tegyen javaslatokat olyan közösségi, illetve uniós jogszabályokra, amelyek a médiaszabadság és -pluralizmus kérdéseit európai szinten szabályozzák. A bizottság ezeknek a kéréseknek jogi alap híján általában nem tudott eleget tenni, de lehetőségeinek megfelelően igyekezett a médiaszabadságot és -pluralizmust támogatni. Ennek egyik eleme volt, hogy 2008-ban egy olyan tanulmányt készített a bizottság, amely létrehozott egy indikátorrendszert annak mérésére, hogy az egyes országokban milyen a médiapluralizmus helyzete. Ennek az összesen 150 indikátorból álló elemzési rendszernek az alkalmazásával bárki által vizsgálhatóvá válik a médiaszabályozás számos eleme, a médiajogi rendszerek működése, az elektronikus és hagyományos médiatermékek (műsorok, illetve kiadványok) teljesítménye, eredményei, struktúrája, az újságírók foglalkoztatási jellemzői, a fogyasztók (olvasók, hallgatók, illetve nézők) struktúrája, a tulajdonosi koncentráció mértéke, a szerkesztői függetlenség kérdése és még számos egyéb szempont.¹³ A komoly mennyiségű statisztikai adatot igénylő elemzési rendszer lehetővé teszi az egyes médiapiacok jellemzői alakulásának értékelését, illetve az egyes országok médiavilágának összehasonlítását más országokéval. Az Európai Parlamentben mostanra megerősödtek azok a törekvések, hogy ezt az indikátorrendszert valamelyik intézmény hivatalból működtesse, és ennek alapján értékelje az egyes tagországok médiájának helyzetét és médiapolitikáját.

Az Európai Parlament már jó ideje erőteljesen szorgalmazza egy európai szintű nyilvános szféra kialakítását. Ez a politikai cél összhangban áll a Lisszaboni Szerződés elképzeléseivel. A legfontosabb dokumentuma a 2010 szeptemberében elfogadott Lokkegaard jelentés.¹⁴ Ez a jelentés azt a politikai igényt és célkitűzést tartalmazza, hogy a nemzeti nyilvános szférák váljanak európaivá azáltal, hogy az európai kérdések, s ezeken belül az egyes tagországokkal kapcsolatos kérdések is egyre nagyobb súlyt kapjanak a nemzeti politikai szférában és médiában. Azaz az európai nyilvános szféra a nemzeti határokon átlépő, európai közönségnek szóló vitákra vonatkozik. Részben ez a politikai cél is az alapja annak, hogy a magyar médiatörvény kapcsán is sokan véleményt nyilvánítottak. Természetesen ennek a célnak a megvalósulása nem történhet meg bizonyos alapvető elvek európai és nemzeti szintű érvényesülése és erősítése nélkül. Ilyenek egyebek között a média szabadsága, a szerkesztői függetlenség, egyes közszolgálati műsorok autonómiájának uniós és nemzeti szintű tiszteletben tartása. Ezen a ponton jelentkeznek aztán azok a politikai törekvések, amelyek nemcsak a nemzeti szabályozások értékelését végzik el, hanem közösségi, azaz európai szintű szabályok kialakítását is célul tűzik ki. Egy európai szintű nyilvános tér kialakítása ugyanis nem történhet meg bizonyos mértékű közösségi szabályok alkalmazása nélkül.

Az Európai Parlament médiapolitikai törekvéseit a tagországok médiavilágában előforduló kedvezőtlen fejlemények és más események időről időre erőteljesen befolyásolták, és lépésekre ösztönözték. Lényeges dolog viszont az, hogy míg a média függetlenségére és a pluralizmusra vonatkozó elveket tekintve az Európai Parlamentben általában pártokon átnyúló egyetértés van, addig a médiának az egy-egy tagországban meglévő helyzetének és a kormányzat médiapolitikájának értékelése esetén igen erőteljesen érvényesül a pártpolitikai érdek is. A saját pártcsaládhoz tartozó kormányok politikáját az európai parlamenti képviselők csak sokkal mérsékeltebben hajlandók bírálni.

A magyar médiatörvény európai kontextusban

Az elvek és a gyakorlat közötti különbség, illetve a jogi lehetőségek korlátozottsága és az ambiciózus politikai célok közötti folyamatos őrlődés nagyon jól kitapintható az Európai Parlament esetében. Ebben egyfajta áttörést jelenthetett volna az a 2009-ben lezajlott vita és európai parlamenti határozati javaslat, amely az olaszországi médiahelyzetet, a Berlusconi-féle médiabirodalom politikai szerepvállalását szándékozott elítélni.¹⁵ A bírálók viszonylagos megosztottsága és a kezdetben az általuk benyújtott, egymással rivalizáló határozati javaslatok eredménye az lett, hogy a vita végén kialakított közös határozati javaslat nem kapta meg a többséget, azaz csak néhány szavazaton¹⁵ múltott egy elítélő állásfoglalás elfogadása. Ez viszonylag komoly politikai kudarc volt a médiafüggetlenség és pluralizmus európai szintű szabályozásának hívei számára.

Jó egy évvel az olaszországi médiahelyzet kritikus értékelésére tett kísérlet kudarcát követően a magyar médiatörvényt ért komoly bírálatok szinte tálcán kínálták a lehetőséget arra, hogy megtörténjen az az áttörés, ami az eddig csak tagországi szinten kezelt médiapolitikát – legalábbis egyes kérdések körében – európai szintre tudja emelni. A széleskörű európai bírálat, a közös európai elvek számonkérése, s ennek megfelelő törvénymódosítás elérése komoly lépést jelenthet az európai szintű médiapolitika és -szabályozás megvalósítása irányába. A különböző folyamatok alapján kialakult helyzetet a magyar médiapolitikát alakítók, s az új médiatörvényt megalkotók láthatóan egyáltalán nem ismerték, nem értették, s emiatt a bekövetkezett fejleményeket nem is látták előre. Mindenek előtt a törvény tartalmát tekintve nem sikerült az – egyébként is nagyon nehéz – feladatot úgy megoldani, hogy a jelentős változások folyamatában lévő mediaszektor szabályozása igazán európai szintű és

előremutató legyen. A tartalmi problémákon túl, a médiaszabályozási kérdések körül kialakult vitákra a magyar fél nem reagált elég jól, nem volt kielégítő a kommunikáció, a következményekkel nem tudott előre megfelelően számolni, és nem tudta a lépéseit jól időzíteni.

A magyar médiatörvénnyel kapcsolatos vita különlegességét szemlélteti az a tény is, hogy az elítélő európai parlamenti határozatra úgy került sor 2011. március 10-én, hogy az Európai Parlament konzervatív pártcsaládjá, az Európai Néppárt, amelybe a Fidesz is tartozik, kezdeti véleményét, amellyel a magyar kormányzatot és a törvényt támogatta, fokozatosan feladta, s a végén még a saját határozati javaslatát is visszavonta. Ez részben azt jelentette, hogy a konzervatív képviselők sem tudták teljes mértékben támogatni a magyar médiatörvényt, sőt voltak olyanok is, akik az elítélő határozati javaslatot is megszavazták.

A vitatott kérdések egyik legfontosabbja a médiahatóság függetlensége. Ez olyan pont, ahol az EU-nak korlátozott lehetőségei vannak a teljesítés számonkérésére, ugyanis az AVMS-irányelv végső szövege az Európai Parlament és a Tanács közötti kompromisszum olyan eredménye lett 2007-ben, amely inkább elvként fogalmazza meg a függetlenséget, s nem követelményként. A 30. cikk a „független médiahatóságok együttműködését” említi, de ugyanakkor nem határozza meg, hogy melyek egy médiafelügyelet függetlenségének a kritériumai. A tagországok médiapiacai méretük, struktúrájuk, múltjuk és a nyelvek miatt nem egységesek, s emiatt a felügyeleti struktúráik is különböznek. A jogi és az adminisztratív hagyományok is a különböző jellegű felügyeleti modellek működésének jogosultságát indokolják. Emiatt jelenleg nincs lehetőség arra, hogy egy bizonyos felügyeleti modellt minden tagország számára elő lehessen írni.

Az Európai Bizottság mindezek miatt nem tudja számon kérni a tagországoktól a függetlenség teljesítését. Ugyanakkor, részben más jogi alapon (koppenhágai kritérium) [16](#), megszabja a csatlakozási tárgyalást folytató vagy ezt majd elkezdni akaró országok számára, hogy a médiafelügyelet független legyen. Ezeknek az országoknak az esetében (például Törökország, a nyugat-balkáni államok) többször megtörtént, hogy a médiatörvényeket ilyen szempontból is módosítani kellett. Így igen valószínű, hogy a magyar médiatörvénynek a felügyeletre vonatkozó része nem lenne elfogadható, ha most kerülne sor Magyarország csatlakozási tárgyalásaira. Azaz, az Európai Bizottság a tagjelölt országoktól számon kérheti az Európa Tanács által elfogadott joganyag teljesítését, de a tagországokkal kapcsolatban ezt már nem teheti meg. Ez utóbbi esetben ez a feladat teljes mértékben az Európa Tanácsra (egy, az Európai Uniótól független, kormányközi szervezetre) hárul. A tagországokra és a csatlakozni kívánó államokra vonatkozó, s az utóbbiak szempontjából szigorúbb kettős mérce nem ismeretlen gyakorlat a kelet-közép-európai országok csatlakozási tárgyalásainak részleteit ismerve.

A médiatörvénnyel kapcsolatos magyar és külföldi kritikákat és az Európai Bizottság által előírt, s februárban elvégzett törvénymódosítást [17](#) tekintve, további tanulságok is leszűrhetőek. A problémák egyik eredője, hogy azon személyek között, akikhez a médiatörvény megalkotása és parlamenti elfogadása elsősorban köthető, vannak olyanok, akik valójában inkább elméleti szakemberek, vannak, akik egyáltalán nem értenek a médiához, és vannak olyanok is, akik nem eléggé járatosak a média világában. Talán az egyik legnagyobb baj az, hogy az eddigi tapasztalatok szerint egyikük sem járatos a médiával kapcsolatos európai politikai összefüggések felismerésében. Ezt a hiányt részben vagy teljesen kompenzálhatták volna a különböző szakmai viták, a tárcaközi egyeztetések és az Európai Bizottság tisztviselőivel való előzetes – és nem utólagos – egyeztetések.

Az önálló képviselői indítvány formájában benyújtott törvényjavaslat minden egyeztetést kikerült, s ennek következménye lett az, hogy a törvényben megmaradt azoknak a hiányosságoknak és problémás pontoknak a jelentős része, amelyekre a későbbi bel- és külföldi kritikák, valamint az Európai Bizottság által kért törvénymódosítás is vonatkozott. Ez az eset is alátámasztja, hogy jelentős szabályozási változások bevezetése esetén nem megfelelő jogalkotási eszköz az önálló képviselői indítvány formájában benyújtott törvényjavaslat, ahogyan ez egyébként a Fideszen belül is megosztottságot keltett. [18](#)

A magyar médiatörvény hatása

A magyar médiatörvény körüli nemzetközi vitának vannak bizonyos, távolabbra mutató hatásai is. Az Európai Parlamentnek a magyar médiatörvényt elítélő március 10-ei határozata sok szempontból mozgásba hozta a médiakérdésekkel foglalkozó európai politikai folyamatokat. Ez a határozat válaszára és bizonyos lépések megtételére készítette a Európai Bizottságot, új alapot adott az Európai Parlamentnek a további lépései számára, valamint tovább aktivizálta a többi nemzetközi szervezetet (például az ENSZ, az Európa Tanács, az EBESZ) és egyéb szakmai szervezeteket is (például az Újságírók Európai Szövetségét), s már nemcsak a magyar törvény ügyében.

Neelie Kroes, az Európai Bizottság alelnöke már több fórumon – így az Európai Parlamentben is – kifejtette, hogy két szakértői csoport összehívását tervezi. Az egyik szakértői csoport a média jövőjével, a függetlenség és a pluralizmus kérdéseivel fog foglalkozni. Feladata lesz, hogy javaslatokat tegyen európai szintű szabályozások kérdésében. A másik szakértői csoport munkája fórumjellegű lesz, és szélesebb körű konzultációk révén is olyan kérdésekre keres majd válaszokat, hogy a hírközlési média, amely az internet elterjedésével gyökeres változásokon megy keresztül, milyen új feltételek közepette lesz képes fennmaradni és megfelelően működni. A média megfelelő működése ugyanis alapvető fontosságú a demokratikus közélet szempontjából. A két szakértői csoport tanácsainak a jó közpolitika szerepének megerősítését kell szolgálniuk. Ez a folyamat nem lesz gyors, de az mindenesetre tény, hogy a magyar médiatörvénnyel kapcsolatos viták bizonyos fokú lendületet adtak a már korábban is meglévő olyan törekvéseknek, amelyek a médiaszabályozás bizonyos területein európai szintű előrelépést szeretnének elérni. S már most tudomásul kell vennünk, hogy a jövőbeli dokumentumokban és vitákban a magyar médiatörvény hosszú ideig, s a leggyakrabban egyfajta negatív referenciapont és hivatkozási alap lesz.

Hivatkozások

Európai Parlament Kulturális és Oktatási Bizottság (2010): Jelentés az újságírásról és az új médiáról – az európai nyilvános szféra kialakítása (előadó: Morten Løkkegaard) (2010. 07. 02.).

Európai Parlament Közös állásfoglalásra irányuló indítvány (2009): Az Európai Parlament állásfoglalása az információszabadság olaszországi és európai uniós helyzetéről (2009. 10. 9.).

Európai Parlament Közös állásfoglalásra irányuló indítvány (2011): A magyar médiatörvényről (2011. 02. 14.)

Európai Bizottság DG INFSO (2009): Independent study on indicators for media pluralism in the member states – towards a risk based approach.

Lábjegyzetek

1

Lásd például a lapunk 2011. tavaszi számában közölt összeállítást – a szerk.

2

Az EU Szerződés fogalma az 1957 márciusában Rómában aláírt és 1958. január 1-jén életbe lépett Szerződés az Európai Gazdasági Közösség létrehozásáról szóló szerződés (Római Szerződés) és ennek a következő évtizedekben elfogadott módosításait jelenti. A legutóbbi módosítása a 2007 decemberében Lisszabonban aláírt „Lisszaboni Szerződés az Európai Unióról szóló szerződés és az Európai Közösséget létrehozó szerződés módosításáról”, amely 2009. december 1-jén lépett hatályba.

3

AVMS Irányelv <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriS erv.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:HU:PDF>; Alapvető Jogok Kartája <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:HU:PDF> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

4

Új médiatörvényt fogadtak el Észtországban, Svédországban és Spanyolországban is 2010 és 2011 folyamán.

5

A cikkben tudatosan a pluralizmus szót használom a magyar sokszínűség helyett. Az általános értelmezés szerint a sokszínűség a médiatartalomra vonatkozik, míg a pluralizmus terén a szakirodalomban megkülönböztetnek strukturális és tartalmi pluralizmust; s az előbbi nem feltétlenül vezet az utóbbihoz. A médiapluralizmus fogalmát ebben a cikkben olyan széles értelemben használom, ami tartalmazza a tulajdonosi koncentráció korlátozását, bizonyos tartalmi elvárásokat a sugárzásengedélyezési rendszerben, a szerkesztői szabadság biztosítását, a közszolgálati média függetlenségének és megfelelő státuszának biztosítását, az újságírók megfelelő szakmai helyzetét, a politikai szereplők és a média közötti kapcsolatrendszer szabályozottságát, továbbá azokat az intézkedéseket is, amelyek célja annak biztosítása, hogy az emberek minél szélesebb forrásból származó információkhoz és véleményekhez juthassanak annak érdekében, hogy saját véleményét formálhassanak úgy, hogy ne legyenek kitéve egy domináns véleményformáló erő befolyásának.

6

Médiapolitika: Neelie Kroes, a Bizottság alelnöke üdvözli a magyar médiaszabályozás módosítását, 2011. február 16., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/11/89> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

7

A vizsgált cikkek a médiatörvényben: 1(5), 109–111, 123–125, 176–179, 181, 185–187.

8

A vizsgált cikkek a médiaalkotmányban: 3, 12–18.

9

Például Interjú Deutsch Tamással: http://www.hirado.hu/Hirek/2011/02/18/13/Deutsch_pont_kerulhet_a_mediatorveny_vitajara.aspx (utolsó letöltés: 2011.07.20); Interjú Pröhle Gergellyel: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/ungarn-muskelspiel-an-der-donau-1.1097340-3> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.); Kovács Zoltán államtitkár nyilatkozata http://os.mti.hu/hirek/69785/reag_alas_thomas_melia_nyilatkozata (utolsó letöltés: 2011.07.29.).

10

Például Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive).

11

Például ilyen az Európai Bizottságtól 2011. szeptember 1-én kapott újabb levél, amelyben további kérdések vannak a médiatörvény egyes részleteivel és alkalmazásával kapcsolatban. Ez ugyanolyan ún. jogsértési eljárás (infringement procedure) része, mint amilyenre ez év január-február folyamán sor került. A különbség annyi, hogy míg ez a levél az eljárás első szakaszát jelenti, mert most még csak magyarázatot kér, addig az előző levél rögtön a második szakaszt jelentette, mert a magyar részről adott magyarázatokat a Bizottság nem fogadta el. Ha sor kerül rá, akkor egy harmadik lépés az, hogy az Európai Bizottság az Európai Bírósághoz fordul. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/1002&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

12

Joint motion for a resolution on media law in Hungary by Verts/ALE, GUE/NGL, S&D, ALDE, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+MOTION+P7-RC-2011-0103+0+DOC+XML+V0//HU> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

13

Independent study on indicators for media pluralism in the member states – towards a risk based approach, http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

14

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2010-0223+0+DOC+XML+V0//HU> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

15

Joint motion for a resolution on freedom of information in Italy and in the European Union by Verts/ALE, GUE/NGL, S&D, ALDE, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+MOTION+P7-RC-2009-0090+0+DOC+XML+V0//HU>; Motion for a resolution on freedom of information in Italy and in the European Union by S&D, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=MOTION&reference=B7-2009-0093&language=HU> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

16

http://www.votewatch.eu/cx_vote_details.php?id_act=104&lang=en (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

17

A koppenhágai kritérium alapján az Európai Bizottságnak lehetősége van a csatlakozni kívánó ország joganyagának nem csak az EU joganyaga alapján való vizsgálatára. Ugyanis ahhoz, hogy egy ország az EU tagja lehessen az Európai Tanács 1993. júniusi, koppenhágai ülésén csatlakozási kritériumként megfogalmazott 3 feltételt teljesítenie kell. Ezek közül az első feltétel a demokráciát, a jogállam és az emberi jogok érvényesülését garantáló intézmények stabilitása, a kisebbségi jogok tiszteletben tartása és védelme. Ezen az alapon vizsgálja az Európai Bizottság a jelentkező országokat például az Európa Tanácsnak a médiára vonatkozó legfontosabb jogi dokumentumai alapján is: 1) European Convention on Human Rights (elsősorban a 8. és a 10. cikk) 2) Recommendation(96)10 Guidelines on the guarantee of the independence of public service broadcasting which includes detailed guidelines on the establishment and governance of public broadcasters. 3) Committee of Ministers Recommendation R(99)1 on measures to promote media pluralism which encourages a plurality of media companies as well as diversity of media types and content offered to the public (diversity of media supply). 4) Committee of Ministers Recommendation Rec(2000)23 on the independence and functions of regulatory authorities for the broadcasting sector recommends that the Member States, inter alia, “include provisions in their legislation and measures in their policies entrusting the regulatory authorities for the broadcasting sector with powers which enable them to fulfil their missions, as prescribed by national law, in an effective, independent and transparent manner, in accordance with the guidelines set out in the appendix to this recommendation”. 5) Recommendation CM/Rec (2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content which promotes media pluralism through the introduction of ownership regulation. 6) Recommendation(96)10 Guidelines on the guarantee of the independence of public service broadcasting which includes detailed guidelines on the establishment and governance of public broadcasters. 7) Committee of Ministers Recommendation R(99)1 on measures to promote media pluralism which encourages a plurality of media companies as well as diversity of media types and content offered to the public (diversity of media supply). 8) Committee of Ministers Recommendation Rec(2000)23 on the independence and functions of regulatory authorities for the broadcasting sector recommends that the Member States, inter alia, “include provisions in their legislation and measures in their policies entrusting the regulatory authorities for the broadcasting sector with powers which enable them to fulfil their missions, as prescribed by national law, in an effective, independent and transparent manner, in accordance with the guidelines set out in the appendix to this recommendation”. 9) Recommendation CM/Rec (2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content which promotes media pluralism through the introduction of ownership regulation. 10) Committee of Ministers Recommendation Rec(2000)23 on the independence and functions of regulatory authorities for the broadcasting sector recommends that the Member States, inter alia, “include provisions in their legislation and measures in their policies entrusting the regulatory authorities for the broadcasting sector with powers which enable them to fulfil their missions, as prescribed by national law, in an effective, independent and transparent manner, in accordance with the guidelines set out in the appendix to this recommendation”. 11) Recommendation CM/Rec (2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content which promotes media pluralism through the introduction of ownership regulation. 12) Committee of Ministers Recommendation Rec(2000)23 on the independence and functions of regulatory authorities for the broadcasting sector recommends that the Member States, inter alia, “include provisions in their legislation and measures in their policies entrusting the regulatory authorities for the broadcasting sector with powers which enable them to fulfil their missions, as prescribed by national law, in an effective, independent and transparent manner, in accordance with the guidelines set out in the appendix to this recommendation”. 13) Recommendation CM/Rec (2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content which promotes media pluralism through the introduction of ownership regulation. 14) Declaration of the Committee of Ministers on the independence and functions of regulatory authorities for the broadcasting sector (Adopted by the Committee of Ministers on 26 March 2008 at the 102nd meeting of the Ministers' Deputies). 15) Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue (Adopted 11 Feb 2009) which declared support for community media.

18

Az Európai Bizottság által kifogásolt négy kérdés a) a kiegyensúlyozott tájékoztatásra vonatkozó szabályok

aránytalan alkalmazását, b) a más tagállam joghatósága alá tartozó, ott letelepedett és engedélyezett műsorszolgáltatók bírságolását, c) a médiaszolgáltatók nyilvántartásba vételére és engedélyezésére vonatkozó szabályokat, valamint d) a személyeket, kisebbségeket és bármely többséget sértő médiatartalomra vonatkozó szabályokat érinti (<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/11/89>) (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).

19

<http://www.origo.hu/itthon/20110224-navracsics-tibor-lazar-jan-ost-es-a-fideszes-torvenygyartast-kritizalta.html> (utolsó letöltés: 2011. 07. 20.).



Állásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

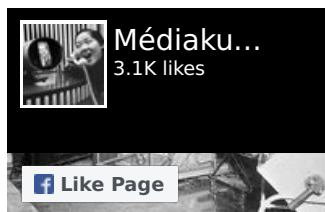
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2011 ősz

Jog

[Gálik Mihály](#) - [Vogl Artemon](#):

Az új médiakoncentráció-szabályozás első vizsgálója:

az Axel Springer és a Ringier kiadói csoport meghiúsult összeolvadása a magyar piacon

A nagyközönség sokszínű tájékozódáshoz való joga konkrétan megjelenik a 2010 végén elfogadott új magyar médiatörvény, koncentrációt szabályozó rendelkezéseiben. A szándékkal egyet lehet érteni, de a jogalkotó talán maga sem volt tisztában vele, hogy kinyilvánított akaratának a jogalkalmazásba való átültetése milyen nehézségeket vet majd fel. A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy gondosan kialakított módszertanok híján a sokszínű tájékozódás joga, mint döntési kritérium, nagyon is képlékeny, így óhatatlanul a szabályozói szubjektivizmus melegágya. A két nagy lapkiadó, az Axel Springer és a Ringier csoport hazai leányvállalatai összefonódási kérelmét elutasító Médiatanács szakhatósági állásfoglalásának ad hoc jellegű módszertana véleményünk szerint hibás, nem állja ki a tárgyyszerű szakelemzés próbáját.

Bevezető

A 2010. évi tavaszi országgyűlési választások eredményeként, amint az köztudott, a győztes Fidesz-KDNP-pártszövetség a mandátumok 68 százalékával rendelkezik az országgyűlésben. Ez a többség lehetővé tette és teszi, hogy a választás győztesei a maguk elképzelései szerint próbálják meg a média szabályozását is átalakítani, s ezzel a lehetőséggel az érintettek nem is haboztak élni. 2010 második felében a kormánypártok kicsit több mint kétharmados többségben lévő képviselői rendre megszavazták azokat a törvényeket, amelyekben az elképzeléseik megtestesülnek, és nyíltan szakítottak azzal a hagyománnyal, amely eddig a médiára vonatkozó törvénykezésben konszenzust keresett az ellenzékben lévő parlamenti pártokkal.

Írásunkban sem a mostani magyar törvényalkotás módjával, sem az új törvények részletes elemzésével/bemutatásával, sem az előbbieket átfogó kritikájával nem kívánunk foglalkozni. Ezt a tanulmány terjedelmi korlátai sem tennék lehetővé, de talán szükség sincs rá: jó okunk van ugyanis feltételezni, hogy a *Médiakutató* olvasótábora végigkövette azt a szakmai és politikai vitát, amely az új magyar médiaszabályozás kialakulását kísérte. Ugyanakkor tapasztalatunk szerint az új szabályok eddigi alkalmazására kevesebb figyelem jutott, pedig 2011 első felében történt egy olyan szabályozói döntés - a Médiatanácsnak az Axel Springer és a Ringier vállalatai közötti összefonódást megtiltó szakhatósági állásfoglalása -, amely megítélésünk szerint kifejezetten nagy horderejűnek tekinthető. Ez a döntés - miért, miért nem, ebbe most ne menjünk bele - különösebb vihart nem kavart sem a szélesen vett tömegmédiában, sem a szakmai nyilvánosság fórumain.

Mi, akik az elmúlt években rengeteg energiát áldoztunk a médiakoncentráció szabályozásának tanulmányozására, s publikációinkkal talán hozzá is tudtunk járulni ahhoz, hogy a tárgykörben az érdeklődők a relevánsnak számító médiakutatási eredmények jó részét megismerhessék,¹ értelemszerűen kiemelt figyelemmel kísértük az Axel Springer csoport és a Ringier csoport összefonódási kérelmének elbírálását, amelynek - az új média-törvényhozás következményeként - a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) mellett a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (NMHH) Médiatanácsa is részese lett. Mi több, mint hamarosan kiderült, a Médiatanácsé lett a főszerep, s a nevezett testület - színházi hasonlattal élve - le is játszotta a színpadról a GVH Versenytanácsát! A drámai végkifejlet, a Médiatanács elutasító állásfoglalása átmenetileg pontot is tett az ügy végére, s ez volt az a pillanat, amely kivételes alkalmat nyújtott a kérdéskör kutatóinak: egy valóban nagy horderejű esetben alkalmazta a törvényt a szabályozó hatóság, s magától adódik a kérdés: hogyan? Tanulmányunkban erre keressük a választ.

A médiakoncentráció szabályozásának indokai

A normatív médiaelmélet ideáltipikus mediaszintere jól körülírható jellemzőkkel bír. A médiatudományok élő klasszikusa, Denis McQuail összefoglalásában az ilyen mediarendszerben sokszínű a kínálat, szabad a közlés, a nagyközönség tagjai számára elérhetőek a releváns közéleti információk és a kulturális értékek, a szereplők felelősen viselkednek, így támogatják a demokratikus politikai rendszert, tiszteletben tartják az emberi méltóságot és az alapvető szabadságjogokat, plurális a médiatulajdon (McQuail, 2003: 131). A valóságos mediaszinterek a

demokráciákban is csak többé-kevésbé felelnek meg ennek a normatív képnek, ezért a közérdek érvényre juttatása érdekében a demokráciákban is kiépültek a média szabályozásának intézményei, amelyek az ágazatszabályozást működtetik.

Ahogy a közkeletű mondás szerint a háború túl fontos dolog ahhoz, hogy csupán a tábormokokra bizzák, úgy a média is túl fontos társadalmi tényező/ágazat/alrendszer ahhoz, hogy „csak úgy magától” működjék. Igaz, a közérdekből gyakorolt mediaszabályozás összeegyeztetése az egyén, a közösségek és a sajtó (a média) szabadságával a jelenkori demokráciák egyik legkényesebb és legvitatottabb kérdése, s az egyes országokban kialakult médiarendszerek, s ezen belül a mediaszabályozás konkrét gyakorlata magán viseli az egyes demokráciák kialakulásának történelmi-kulturális lenyomatát (Hallin & Mancini, 2008).

A modern demokráciákban a média színterének alapvető eleme a piac. A szereplők többsége piaci vállalkozás, s a média ágazatainak a szokásos értelemben vett és mért koncentrációja az országok döntő többségében magasnak minősíthető. Az ágazat magas koncentrációja egyrészt ugyanolyan jelenségekhez vezethet a médiában, mint más gazdasági szektorokban: ezek mindenekelőtt a magasabb árakban, valamint a kínálat korlátozásában és a szegényesebb szolgáltatásokban öltenek testet, s így csökkentik a *fogyasztói jólétet* (Picard, [1998] 2011). Az általános versenyszabályozás éppen az ilyen hatások kivédésére, enyhítésére irányul, s ebben a médiaágazat sem kivétel, így a versenyszabályozás ismert eszköztárának alkalmazása a médiaszíntéren is kézenfekvő.

A média koncentrációja egyben ellentmond a normatív médiaelmélet követelményeinek is, hiszen a médiakoncentráció jelensége potenciális fenyegetés a mediakínálat sokszínűségére, aminek vizsgálata viszont már kívül esik a versenyszabályozás keretein, s így felvetődik a külön, a sokszínűség érvényesítése érdekében alkalmazandó koncentráció szabályozása a médiában. Kézenfekvő a gondolat, hogy a tulajdoni pluralizmus szabályozásán keresztül kíséreljük meg a tartalmi pluralizmus, vagy másképpen fogalmazva a mediakínálat sokszínűségének ösztönzését, s ennek a közpolitikai célnak a szolgálatába állítsuk a külön (ágazati) médiakoncentráció szabályozását.²

Akár osztjuk azt a nézetet, hogy szükség van ágazatspecifikus koncentrációsabályozásra a médiában, akár nem, tényként rögzíthető, hogy ilyen jelenleg (még?) a demokratikus jogállamok majd' mindegyikében megtalálható.³ Igaz, országonként a legkülönbözőbb formákban – mondhatni ahány ház, annyi szokás –, de akkor is ez a helyzet, amit számos körülmény magyaráz. Ezek közül a már említett történelmi és kulturális hagyományok mellett külön említést érdemel az infokommunikációs technológiáknak az elmúlt negyedszázadban végbement viharos gyorsaságú fejlődése, amely már önmagában arra kényszeríti az egyes országokat, hogy újból és újból átgondolják az alkalmazott szabályozás intézményrendszerét, eszköztárát és módszereit (Collins & Murrone, 1996).

A médiakoncentráció vizsgálatával foglalkozó széleskörű kutatások arra az immár *mainstream* következtetésre vezettek az ezredfordulót megelőzően, hogy a média színtéren meg kell különböztetni a gazdasági értelemben vett piacot, valamint a médiatartalmak piacát (Iosifidis, [1997] 2011). Ez utóbbira számos elnevezést találunk – az „eszmék piaca”, a „politikai és kulturális értelemben vett piac”, a „vélemények piaca”, a „publicisztikai piac”, hogy csak az irodalomban legelterjedtebb változatokat, szóösszetételeket említsük –, de egyben közös a vélekedés: a médiakoncentráció külön szabályozásának ehhez a piachoz kell kapcsolódnia. Míg abban nagyjából közmegegyezés uralkodik, hogy az általános versenyszabályozás keretében miként mérjék a koncentrációt a gazdasági értelemben vett médiapiacokon, addig gyökeresen eltérőek azok a módszerek, amelyeket az egyes országokban alkalmaznak a médiakoncentráció külön, az eszmék piacához kötődő szabályozásában (CEC, 2007).⁴ Ennek alapvető oka, hogy a médiavállalatok nem csupán gazdasági szervezetek, hanem – akarva, akaratlanul – politikai és kulturális intézmények is.

A médiakoncentráció külön szabályozása a magyar jogalkotásban: az előzmények és a jelenlegi állapot

Az 1990-es évek közepén kidolgozott és elfogadott médiatörvény (az 1996. évi I. tv. a rádiózásról és a televíziózásról, a továbbiakban Rttv.) médiakoncentrációra vonatkozó rendelkezései lényegében másfél évtizedig, A *mediaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény* (a továbbiakban: Mttv.) hatályba lépéséig megmaradtak. Az egyetlen érdemi kivételt a 2007 nyarán elfogadott és hatályba lépett, A *műsorterjesztés és digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvény* (Dtv.) kapcsolódó rendelkezései jelentették, de azok is csak kiegészítő jellegűek voltak, hisz olyan platformokra (DVB-T és T-DAB, azaz a digitális földfelszíni televíziós és rádiós platformokra) vonatkoztak, amelyeknek a megindítása volt az elsődleges médiapolitikai cél.

A maga idejében az Rttv.-ben megjelenő ágazati médiakoncentráció-szabályozás beleilleszkedett a demokráciák hasonló tárgyú jogszabályaiba, s voltak nála szigorúbb és megengedőbb szabályok is. Az Rttv. által lefektetett *horizontálisintegráció-szabályozás* legfontosabb jellemzője, hogy az egy kézben lévő műsorterjesztési jogosultságokat korlátozta [86. § (5)]. Ez a szabály a terjesztési kapacitások szűkösségére vezethető vissza, s az 1990-es évek közepén a hazánkban rendelkezésre álló technológiai lehetőségek mellett az ilyen rendelkezések valóban szolgálhatták az elektronikus média kínálati sokszínűségének védelmét. Ebben az értelemben még egy olyan rendelkezés is úgy mond „belefért” a médiatörvénybe, hogy földfelszíni műsorszórással országos televízió szakosított műsorterjesztőként nem működhet [8. § (4)].⁵

A *vertikális integráció* tilalmát szolgálta, hogy a szakosított műsorterjesztő kivételével az országos műsorterjesztésre jogosult, illetve az abban befolyásoló részesedéssel rendelkező tulajdonos nem szerezhette befolyásoló részesedést műsorelosztást végző vállalkozásban [123. § (1)], illetve vezetékes műsorelosztó hálózat útján végzett körzeti vagy helyi műsorterjesztés esetén egy műsorterjesztő az általa használt rendszerben

legfeljebb a magyarországi műsorszolgáltatások elosztására szolgáló csatornái egyharmadának megfelelő számú csatornát, de legalább egyet vehetett saját műsorszolgáltatásra igénybe [124. § (3)]. A Dtv. ez utóbbi korlátozásokat is átírta, de erre itt nem térünk ki.

Az *átlós* (a különböző iparágakon átívelő) *integráció* korlátozásával az Rttv. a lapkiadók, a lapterjesztők és a műsorszolgáltatók kereszttulajdonlása elé állított akadályokat. A 125. és a 126. § szerint egy személynek, vállalkozásnak nem lehetett befolyásoló részesedése egyszerre egy országos terjesztésű napilapban vagy lapterjesztő vállalkozásban és egy országos, műsorszórással terjesztett műsorszolgáltatásban, illetve műsorelosztóban. Az országos terjesztésű hetilapokra is érvényes volt a korlátozás, de ott a műsorelosztóban való befolyásoló részesedés tiltása nem szerepelt.

Az általános versenyszabályozás keretén belül megvalósuló, valamint az ágazatspecifikus médiakoncentráció-szabályozás lehetséges ütközésének kezeléséről a Rttv. egyértelműen fogalmazott [127. § (1)]:

„A tisztességtelen piaci magatartást tilalmáról szóló törvény [a versenytörvény] szerinti szervezeti egyesülés és meghatározó befolyásszerzés nem engedélyezhető, ha az e törvényben foglaltak sérelmével jár.”

Az 1996 elején életbe lépett médiakoncentrációs szabályokat viszonylag hamar túlhaladta az idő, hisz az Rttv. által lehetővé tett liberalizáció eredményeként az ezredforduló utánra a magyarországi rádiózás és televíziózás is sokcsatornássá alakult, s ez már más szabályozást követelt meg. Mivel a médiára vonatkozó törvényeket az Alkotmány 61. § (4) rendelkezése szerint kétharmados többséggel hozhatta csak meg az országgyűlés, a kieleződő belpolitikai feszültségek miatt a kormánypártok és az ellenzéki pártok közötti kompromisszumra egyre kevesebb esély mutatkozott. A 2007 végén az akkori kormánykoalíció Audiovizuális Média Kormánybiztossága által kidolgozott és közzétett Nemzeti Audiovizuális Médiastratégia (NAMS) jogalkotási koncepció már radikális változtatásokat vázolt fel a médiakoncentráció szabályozásában, de ezt nem követte jogalkotási munka, így minden maradt a régiben.

Különös közjátékként 2008 végén és 2009 elején az akkori öt parlamenti párt (a két kormánypárt, az MSZP és az SZDSZ, valamint a három ellenzéki párt, a Fidesz, a KDNP és az MDF) médiapolitikusainak bábáskodásával született egy dokumentum, amely a *Szakmai javaslat a médiaszolgáltatásokról szóló törvény egy lehetséges tervezetéhez* (2008. november 4.) címet viselte. Ebben a médiakoncentráció szabályozása lényegében a NAMS-ban felvázolt radikális változásokat tartalmazta. A heves vitát kiváltó szakmai javaslatot még kétszer átdolgozták, de mire a harmadik változat 2009 februárjában megjelent, már lényegében odalett az a politikai egyetértés, amelyen alapult. Mindenesetre annyi ma már megállapítható, hogy a NAMS-ban és a szakmai javaslat(ok)ban leírt médiakoncentráció-szabályozás maradandó nyomot hagyott maga után, hisz az új országgyűlésben 2010. november 22-én benyújtott *T/1747 sz. törvényjavaslat a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról* médiakoncentrációs rendelkezései jócskán merítettek belőlük.⁶

Az új médiatörvénykezést megelőző alkotmánymódosítások során 2010. július 6-án az országgyűlés elfogadta a médiarendszerre rendelkezéseket tartalmazó új 61. §-t, s ebben már *expressis verbis* utalt a sokszínűség normatív követelményére: „61. § (2): A Magyar Köztársaság elismeri és védi a sajtó szabadságát és sokszínűségét.” A sokszínűség védelmét az Mttv.-ben rendelkezések sora támogatja, így a médiapiaci koncentráció megelőzésére vonatkozó általános szabályokban is ott található, mindjárt az elején, hogy:

„67. § A lineáris médiaszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltatók piaci koncentrációja a sokszínű médiapiaci fenntartása, valamint a tájékoztatási monopólium létrejöttének megakadályozása céljából e törvény keretei között korlátozható.”

Sem most, sem a továbbiakban nem foglalkozunk azzal, hogy a jogalkotó miért tartja még ma is szükségesnek külön említeni a „tájékoztatási monopólium létrejöttének megakadályozása” követelményét, ez ugyanis egy demokráciában a mai infokommunikációs technológiai környezetben amúgy sem alakulhat ki. Így maradunk annál, hogy a köznyelvben rádiózásként és televíziózásként ismert lineáris médiaszolgáltatásokra vonatkozó előírás legitimációs alapja a sokszínű médiapiaci fenntartásának követelménye. A választott szabályozási megoldást az Mttv. 68. §-a tartalmazza, küszöbértékeket szabva meg a lineáris médiaszolgáltatók által elért közönségarányokra (rádió és televízió esetében külön-külön 35 százalék, együtt 40 százalék), amelyek felett már új médiaszolgáltatást nem indíthatnak, illetve más ilyen vállalkozásban részesedést nem szerezhetnek (a konkrét rendelkezések részletezésétől eltekintünk). A hatósági vagy műsorszolgáltatási szerződés alapján végzett analóg lineáris rádiós műsorszolgáltatásban lényegében fennmaradtak az Rttv.-ben lefektetett, a szolgáltatások számán alapuló koncentrációs korlátok is (Mttv. 71. §). Fontos eleme a szabályozásnak, hogy a médiakoncentráció megelőzésére szolgáló eljárási szabályok a Médiatanácsot jelölik ki, hogy hatósági eljárásban ellenőrizze a rendelkezések betartását.

A lapkiadók és a médiaszolgáltatók közötti tulajdonosi összefonódást (*átlós integráció*) közvetlenül nem korlátozza az Mttv., s ez kardinalis változás a korábbi szabályozáshoz képest. A médiapiaci sokszínűségét e tekintetben az a kvalitatív rendelkezés hivatott védeni, amely kimondja, hogy a médiavállalatok összefonódását érintő kérelmek vizsgálata során a Gazdasági Versenyhivatal köteles a Médiatanács állásfoglalását beszerezni [171. § (1)]. Ugyanakkor a szakhatósági hozzájárulást nem lehet megtagadni – a 68. § (2) szerinti esetet kivéve –, ha a független véleményforrások összefonódás utáni szintje is biztosítja a sokszínű tájékozódás jogának érvényesülését a médiatartalom-szolgáltatás releváns piacán [171. § (2)]. A szóban forgó kvalitatív rendelkezés egyúttal kiszélesíti a vizsgált esetek körét is, hisz például a lapkiadók egymás közti összefonódását az Rttv. nem szabályozta, viszont az Mttv. már ezekre is kiterjed.

Az Mttv. médiakoncentrációs szabályairól nemzetközi összehasonlításban lényegében ugyanazt tudjuk megállapítani, mint a korábbi médiatörvény megfelelő részéről: ahogy a maga idejében az Rttv.-ben megjelenő ágazati médiakoncentráció-szabályozás illeszkedett a demokráciák hasonló tárgyú jogszabályai közé, úgy az Mttv. sem lóg ki ebben a tekintetben a sorból. A közönségarányon alapuló médiakoncentráció-korlátozás éppen úgy fellelhető számos külföldi médiatörvényben, mint az a rendelkezés, hogy az egyébként versenyhatósági engedélyhez kötött médiavállalati összefonódások esetében a versenyjogi szempontú vizsgálatot megelőzi egy médiajogi. Az átlós integráció szigorú, médiajogi alapú korlátozása másutt is sokat enyhült, sok országban meg is szűnt.

A médiavállalatok összefonódása versenyjogi engedélyezésének tehát szükséges, de nem elégséges feltétele, hogy a médiajogi vizsgálatot végző személy/szervezet ne gördítsen elé akadályt. Ezt a *de facto* vétójogot gyakorolhatja akár egy erre felhatalmazott miniszter (brit példa), akár egy külön szervezet (német példa), akár maga a konvergált nemzeti média- és hírközlési szabályozó hatóság (amerikai példa). A médiajogi vizsgálat módszertanáról is jobbra hallgatnak a törvények, mint ahogy az Mttv. sem mond róla semmit, s azt többé-kevésbé rábízák a vizsgálatot folytatókra, ami egyáltalán nem problémamentes, hisz a jogalkalmazásra bízva olyan fajsúlyos kérdések eldöntését is, amelyekben jobb lenne egy előre rögzített módszertan szerint dönteni. Az, hogy ez többnyire mégsincs így, jól mutatja mind a módszertani nehézségeket, mind a szabályozás erős átpolitizáltságát.

A médiaszabályozás világszerte ismert amerikai szakértője, Eli Noam ([2004] 2011: 98-99) írta a sokszínűség alapján történő szabályozói döntés módszertani megalapozása mellett érvelve:

„... el kell ismernünk, hogy bármely számításon alapuló teszt könnyen keveredhet a mechanikusság gyanújába. Akiket ez aggaszt, azok inkább a releváns tényezők esetről esetre való mérlegelését részesítik előnyben egy-egy médiapiac vizsgálatokor. De látni kell, hogy egy ilyen rendszer a médiatulajdonlással kapcsolatos meghatározó döntéseket a kormányzati hivatalnokok kezébe adja, akik barátaikat jutalmazhatják, ellenfeleiket büntethetik, vagy éppen a hatalmas médiavállalatok számára teremt lehetőséget arra, hogy a számukra kedvezőtlen döntéseket megghiúsítsák” (Noam, [2004] 2011: 98-99).

Gyorsan hozzá kell tennünk, hogy Noam mindezt azt követően írta, hogy az amerikai szabályozó hatóság, az FCC által 2003-ban bevezetett sokszínűség index alkalmazása megbukott a bíróságon (Gálik & Vogl, 2009).

Az Axel Springer csoport és a Ringier csoport kelet-közép-európai érdekeltségeinek összeolvadása, a két cégcsoport a magyar piacon

„Egyesíti Kelet-Közép-Európa öt országában – Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Magyarország és Szerbia – működő érdekeltségeit az Axel Springer AG (Európa legnagyobb lapkiadója) és a svájci Ringier AG” – ezt jelentette be a két cég vezérigazgatója 2010. március 23-án a Zürichben tartott sajtóértekezleten (Rauch, 2011). Az érintett vállalatok 2009. évi árbevétele 414 millió euró volt, s a két multinacionális kiadó a térség üzleti lehetőségeinek további kiaknázásával indokolta a döntést. Négy országban nem okozott gondot az összeolvadás versenyhatósági engedélyeztetése, hisz egy nagy piaci részesedésű csoport egyesült volna egy szerény méretűvel, így néhány hét leforgása alatt a lengyel, a cseh, a szlovák és a szerb leányvállalatok meg is kapták az engedélyt (maga a közös vállalat 2010. július 1-jén alakult meg Zürich székhellyel).

Magyarországon ellenben mind az Axel Springer AG, mind a Ringier AG érdekeltségei komoly szereplői a lappiacoknak (az öt ország leányvállalatai együttes 2009. évi forgalmának több mint harmadát adták), így a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott összefonódási kérelem elbírálása egyáltalán nem volt formalitás, s várható volt, hogy tetemes időt majd vesz igénybe.⁷ A magyarországi Axel Springer csoport és a Ringier csoport lapkiadó vállalatainak 2008–2010. évi forgalmát mutatja be az 1. és a 2. táblázat.

1. táblázat: Az Axel Springer csoportba tartozó lapkiadó vállalatok nettó árbevételének alakulása a 2008–2010. években (millió Ft)

Megnevezés	2008	2009	2010	2009/2008 (%)	2010/2009 (%)
AS Magyarország Kft.	10 792 9 421	8 195	87,3		87,0
AS Budapest Kft.	10 090 8 460	7 963	83,8		94,1
Petőfi Kft.	1 498 1 307	1 131	87,2		86,5
Népújság Kft.	1 250 1 101	961	88,1		87,3
Összesen	23 630 20 289	18 250	85,9		90,0

Forrás: Cégbíróság, Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium

2. táblázat: A Ringier csoportba tartozó lapkiadó vállalatok nettó árbevételének alakulása a 2008–2010. években (millió Ft)

Megnevezés	2008	2009	2010	2009/2008 (%)	2010/2009 (%)
Ringier Kft.	13 819 12 788	13 860	92,5		108,4
Népszabadság Zrt.	6 659 5 388	4 466	80,9		82,9
Összesen	20 478 18 176	18 336	88,8		100,9

A felek nevében az Axel Springer csoport adta be a kérelmet a GVH-hoz 2010. április 23-án, s a vizsgálat nagyjából egy évig tartott. Időközben a magyar országgyűlés 2010 végén törvényt fogadott el tömegkommunikációról és a médiaszolgáltatásokról (2010. évi CLXXXV. tv.), amely – mint már említettük – a médiavállalatokat érintő összeolvadások vizsgálatába a Médiatanácsot is bevonta, s ezt a rendelkezést a már folyamatban lévő kérelmekre is kiterjesztette [Mttv. 216. § (5)]. A Médiatanács úgynevezett szakhatósági állásfoglalása a törvény szerint annyiban köti a Gazdasági Versenyhivatalt, hogy elutasító határozata esetén a GVH sem engedélyezheti az összefonódást.

Lappiaci tendenciák

Az elmúlt évek gazdasági visszaesése különösen érzékenyen érintette a médiapiacot, ezen belül is a lappiacot, ami nemcsak az értékesített példányszámok csökkenésében nyilvánult meg, hanem abban is, hogy a lapágazat részesedése az összes reklámbevételből az ezredforduló óta folyamatosan csökkent (lásd a 3. táblázatot). Ráadásul reálértéken számolva több mint tíz százalékkal kisebb volt a 2010. évi összes hirdetési bevétel, mint az ezredfordulón.

3. táblázat: Becsült nettó reklámköltségek Magyarországon médiumok szerinti bontásban, 2000–2010 (százalékban és milliárd forintban)

Médium	2000	2004	2008	2009	2010	2010 ^B
Televízió	40,3%	41,2%	39,0%	40,4%	42,4%	40,0%
Nyomtatott sajtó	40,3%	39,0%	34,5%	30,9%	27,0%	27,2%
Rádió	8,1%	8,1%	5,8%	5,1%	4,4%	4,2%
Közterület	9,9%	8,8%	10,2%	8,9%	8,8%	12,4%
Mozi	0,7%	0,6%	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%
Internet	0,8%	2,3%	10,0%	14,4%	16,9%	15,9%
Összesen	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Összesen (mrd Ft)	111,65	154,70	200,56	162,02	161,71	171,62
Összesen – 2000. évi árákon (mrd Ft)	111,65	120,30	126,46	98,08	93,31	99,03

Forrás: Magyar Reklámszövetség – www.mrsz.hu, Magyar Nemzeti Bank – www.mnb.hu

Tekintettel arra, hogy a lapok hirdetési bevétele szorosan összefügg az olvasottsággal, így a csökkenő olvasószámokat törvényszerűen követi a lapok hirdetési bevételeinek apadása. Miután a tájékozódás sokszínűsége tekintetében az országos politikai és a megyei napilapok kiemelt jelentőségűek, egyáltalán nem mellékes, hogy a legnagyobb olvasottságcsökkenést éppen az országos politikai napilapok szenvedték el: közülük ma már csak a Magyar Nemzet nyereséges cím, a piacvezető Népszabadság a 2008–2010. éveket pedig rendre veszteséggel zárta. Ez annak ellenére alakult így, hogy a Népszabadság kiadójának menedzsmentje radikális költségcsökkentési programot hajtott végre ugyanezen időszakban.

A hirdetési bevételek jelentős csökkenése oda vezetett, hogy például részesedésük az összes bevételen belül az Axel Springer kiadói csoportnál ma már alig több mint 40 százalék (Újvári, 2011), s a piaci előrejelzések további csökkenést vetítenek előre.

A kritikus kérdés: a releváns piac meghatározása

A médiapiacra a releváns piac versenyjogi meghatározása különösen kritikus kérdés, hiszen a médiumok nemcsak a nagyközönség piacán, hanem a hirdetési piacon is versenyeznek (Vogl, 2007). A Médiatanács szakhatósági állásfoglalásának is kulcseleme a releváns piac meghatározása, miután – ahogy azt korábban már említettük – az Mttv. 171. § (2) bekezdésében követelményként fogalmazódik meg, hogy a szolgáltatók az összefonódást követően is biztosítsák a sokszínű tájékozódás jogának érvényesülését a médiatartalom-szolgáltatás releváns piacán.

A GVH korábban több lappiaci fúzió kapcsán is foglalkozott a releváns (érintett) piac meghatározásával a média gazdasági értelemben vett piacán (lásd például a GVH Versenytanácsának Vj-59/2003. és Vj-169/2004. határozatait). Az Mttv. azonban csak a sokszínű tájékoztatás szempontjából írja elő a médiatartalom-szolgáltatás releváns piacának meghatározását, ami nem feltétlenül – sőt jelen esetben egyáltalán nem – esik egybe a versenyjogi megközelítéssel.

Ez utóbbi esetben ugyanis a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: versenytörvény) szerint az érintett piac meghatározásakor – egyebek között – a keresleti helyettesíthetőség szempontjait, vagyis az egymást a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel ésszerűen helyettesítő áruk körét kell figyelembe venni. Ezt a Médiatanács is elismeri, mondván:

„[A] véleménypluralizmus szempontjából a versenyjogi releváns piac fogalom nem alkalmazható, hiszen ez esetben nem a piaci szereplők áremelési képességét, hanem a véleménybefolyásolási képességét kell vizsgálni. [E tekintetben pedig] éppen az egymással kiegészítő viszonyban, azaz együtt fogyasztott termékek alkothatnak egy véleménybefolyásoló kört – egységes véleménypiacot” (NMHH, 2011: 3–4).

A releváns piacot „a fogyasztók számára hozzáférhető (földrajzi és közvetítő csatorna dimenziójában) azonos tematikájú médiatartalmak összessége jelenti” (NMHH, 2011: 4), amit a Médiatanács empirikus adatokra támaszkodva igyekezett meghatározni. Ehhez a Bell Research Kft. által elkészített „Nyomtatott médiumok helyettesítése napilapolvasók körében” című elemző tanulmányt (a továbbiakban: Piackutatás) használták fel, amelyet a GVH kifejezetten a versenyjogi vizsgálat lefolytatásához szükséges szempontok figyelembe vételével rendelt meg, s nem a sokszínűség mérésére szolgáló módszertan kialakítását akarta vele alátámasztani. Ennek ellenére a Médiatanács szerint a Piackutatás megfelelő segítség a szakhatósági állásfoglalás meghozatalához, mivel az

„...a vizsgált médiatartalmak rendszeres és alkalmi tartalomfogyasztói (olvasói) körében elvégzett célzott felmérésre épült, és a különböző típusú napilapok egymás közötti és az elektronikus médiumokkal szembeni tartalomfogyasztói véleményeket, benyomásokat összegzi” (NMHH, 2011: 3).

A Médiatanács a tematikus dimenzió mentén releváns piacnak tekinti az általános tematikájú hírforrások piacát, ugyanakkor marginálisan kezeli az elektronikus médiumokat, arra hivatkozva, hogy a hírműsorokat vagy hírportálokat csak a napilapok mellett, kiegészítő jelleggel fogyasztják a megkérdezettek. Ez nemcsak a köznapi tapasztalatnak, hanem a Piackutatás adatainak is ellentmond: a 15. táblázata alapján is egyértelmű, hogy a televízió és a rádió számít a legáltalánosabb információforrásnak szinte minden témakör esetében („...az elsődleges információforrást vizsgálva láthatóvá vált, hogy a TV/rádió továbbra is vezető szereppel bír a legtöbb témát illetően”, lásd Bell Research, 2010: 20), és az internet szinte kivétel nélkül jelentősebb a politikai napilapoknál. Több mint furcsa, hogy a szakhatósági állásfoglalás ezt a táblát negligálja, nem veszi figyelembe érvelése során.⁹

Teljességgel érthetetlen, és ez a Piackutatás adataiból sem következik, hogy a Médiatanács szerint „a jelen ügyben érintett tartalomfogyasztók a televízió, a rádió és az internet szerepét kiegészítő tartalomforrásnak tekintik” (NMHH, 2011: 13). Az igaz, hogy a nyomtatott sajtótermékek olvasói jellemzően más médiumokból is „fogyasztanak” híreket, hiszen ők a médiaelméletből ismert halmozottinformáció-fogyasztók klaszterébe tartoznak. Ettől még nekik is a televízió a legfontosabb információforrásuk, amit a Piackutatás 15. táblázata mellett a 18. táblázat adatai is ékesen bizonyítanak. Úgy látszik, valamiért ezt a táblát sem szeretheti a Médiatanács!

Az elektronikus médiát kiegészítőként kezelni azért is kérdéses, mert például az elmúlt években lemorzsolódó országos politikainapilap-olvasók az országos politikai témákról feltételezhetően (valamilyen szinten) továbbra is tájékozódnak, méghozzá az elsődlegesnek tartott hírforrásokból, a televízióból/rádióból, illetve az internetről. Az elsődlegesen országos politikai napilapokból tájékozódó olvasók például a belföldi hírek tekintetében helyettesítési forrásként együttesen több mint 80 százalékban ezen médiumokat jelölték meg (Piackutatás 18. táblázat – a kérdésre nem válaszolók kiszűrésével). Ez még akkor is ezen médiumtípusok helyettesítő jellegét támasztja alá a hírek tekintetében, ha ezt a Médiatanács cáfolni igyekszik. Az ugyanis nem lehet elegendő magyarázat, hogy az Mttv. is kifejezetten elhatárolja egymástól az elektronikus hírközlési hálózaton, illetve a nyomtatott sajtóterméken keresztül a nyilvánossághoz eljuttatott médiatartalmat, hiszen ugyanaz a tartalom megjelenhet egy nyomtatott napilapban, illetve annak online változatában is.

A Médiatanács téves értelmezése a hírforrásokra vonatkozó empirikus kutatások eredményeinek is teljesen ellentmond. 2008 júliusában az AKTI pénzügyi támogatásával, a Periszkóp Média Kft. közreműködésével, a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet által lebonyolított reprezentatív felmérés – egyebek között – választ adott azon kérdésekre, hogy melyik a legfontosabb, illetve második legfontosabb hírforrás, illetve mely médiumtípus járul hozzá a leginkább a válaszadók véleményének kialakulásához a közéleti és politikai hírekkel kapcsolatban. Az 1200 fős – a tévesen válaszolók, illetve a félrekódolt válaszok kiszűrését követően 917 fős – mintán végzett kutatás főbb eredményeit a 4. és az 5. táblázat tartalmazza, amelyből egyértelműen kiderül a televízió, a rádió, valamint az internet jelentősége a hírfogyasztás, illetve a véleménybefolyásolás tekintetében.

4. táblázat: Az Ön számára melyik a legfontosabb (No. 1.) és a második (No. 2.) legfontosabb hírforrás?

	Budapest		város		község	
	No. 1.	No. 2.	No. 1.	No. 2.	No. 1.	No. 2.
Országos televíziók	71,2%	19,7%	76,1%	18,3%	75,4%	15,4%
Hír és információs csatornák	7,3%	11,3%	6,8%	11,8%	8,5%	12,3%
Helyi televíziócsatornák	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,7%	1,4%
Országos rádiók	1,5%	24,0%	3,8%	21,7%	3,7%	27,3%
Helyi/körzeti rádiók	0,0%	2,6%	4,0%	18,7%	0,5%	4,1%
Országos napilapok	4,8%	24,1%	1,7%	9,5%	1,9%	9,1%
Megyei napilapok	0,0%	0,0%	1,7%	5,0%	4,1%	14,3%
Közéleti / politikai és gazdasági hetilapok	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%
Internet / hírportálok	12,2%	6,7%	3,8%	4,6%	2,2%	0,3%
Egyéb médiumok	0,6%	4,3%	0,0%	0,1%	0,0%	3,0%
Személyes kapcsolatok	2,4%	7,3%	1,8%	4,8%	3,0%	0,3%

Forrás: Gálik & Vogl (2009: 45)

5. táblázat: Az alábbi hírforrások közül melyik az, amely leginkább hozzájárul az Ön véleményének kialakulásához a közéleti és politikai hírekkel kapcsolatban, első- (No. 1.) és másodsorban (No. 2.)

	Budapest		város		község	
	No. 1.	No. 2.	No. 1.	No. 2.	No. 1.	No. 2.
Országos televíziók	57,3%	17,9%	65,4%	23,8%	66,4%	19,9%
Hír és információs csatornák	8,0%	8,9%	9,0%	10,8%	9,8%	13,4%
Helyi televíziócsatornák	0,0%	0,0%	2,2%	2,6%	0,9%	1,9%
Országos rádiók	3,5%	17,7%	3,3%	19,8%	2,2%	19,3%
Helyi/körzeti rádiók	0,4%	0,4%	1,5%	5,6%	1,4%	5,6%
Országos napilapok	5,8%	19,8%	2,1%	9,2%	3,1%	6,5%
Megyei napilapok	0,0%	2,1%	5,5%	13,2%	4,5%	13,4%
Közeleti / politikai és gazdasági hetilapok	0,4%	0,0%	0,2%	1,8%	0,0%	0,0%
Internet / hírportálok	9,9%	14,9%	4,7%	4,7%	2,9%	3,5%
Egyéb médiumok	2,3%	4,3%	0,6%	0,0%	0,0%	0,2%
Személyes kapcsolatok	12,4%	14,1%	5,6%	8,7%	8,9%	16,3%

Forrás: Gálik & Vogl (2009: 46)

Szintén az elektronikus média jelentőségét mutatja a 2008 májusában, az Index megbízásából a Forsense Piac- és Közvélemény-kutató Intézet 1000 fős, országos reprezentatív mintán végzett felmérése. A kutatás során – egyebek között – arra a kérdésre kerestek választ, hogy a megkérdezett honnan tájékozódik, ha a legfrissebb hírekre kíváncsi, illetve honnan értesül először a vezető hírekről. A kutatás eredményeit a 6. táblázat tartalmazza.

6. táblázat: Honnan értesül először a vezető hírekről?

	Teljes lakosság	Nem internetezők	Internetezők	Online hírfogyasztók
Televízió	59%	68%	46%	20%
Rádió	19%	23%	14%	8%
Internet	13%	0%	31%	65%
Nyomtatott sajtó	8%	9%	7%	5%

Forrás: Index – Forsense kutatás, 2008. május (Gálik & Vogl, 2009: 46)

Az empirikus adatok téves értelmezése alapjaiban kérdőjelezi meg a Médiatanács érvelését a releváns piac meghatározása kapcsán, mindez ugyanakkor eltöri amellyel, hogy a Bell Research 1249 fős mintán végzett kutatása olyan olvasottsági adatokat produkált, amelyek többszörösen magasabb értékeket mutatnak, mint a 32 ezer fős, országos, reprezentatív mintán készült Nemzeti Médiaanalízis olvasottsági eredményei. Nyilván nem véletlen, hogy az olvasottsági adatokat évtizedek óta nem egy alig több mint ezerfős mintán mérik, hiszen ilyen kis minta nem alkalmas arra, hogy tendenciájában stabil és megbízható adatokat produkáljon.¹⁰

A Piackutatás legszembetűnőbb eltérése a napilapolvasás felülmérése (Piackutatás 20. táblázat), így például a Népszabadság 12 százalékos közönség nagysága (ami egymillió fős olvasottságot jelentene), valamint a keresztolvasottságok jelentős mértékű eltérése. Ha a regionális napilapok olvasóinak valóban 36 százaléka olvasna országos politikai napilapokat, akkor feltehetőleg az országos napilapok kiadói kivétel nélkül prosperálnának. Ezzel szemben az elmúlt évek tendenciáiból és olvasottsági adataiból is világosan kitűnik, hogy az országos politikai napilapok és a megyei napilapok között lényegesen alacsonyabb a keresztolvasottság, ahogy a megyei napilapok olvasói a bulvárnapi lapokat is jóval kisebb arányban fogyasztják. Nem állja meg a helyét tehát a Médiatanács azon következtetése, miszerint a „napilapcsoportok olvasói kritikus méretű része a sokszínű tájékozódás igényét több napilapcsoport együttes olvasásával elégítik ki” (NMHH, 2011: 21), hiszen ez csupán az olvasók szűkebb körére igaz.

A Médiatanács a releváns piac meghatározása során egy szokatlan megközelítést alkalmaz, miszerint „a véleményalkotás szempontjából való helyettesítés” esetén az a vizsgálandó kérdés, hogy „amennyiben kismértékben megváltozna az adott »hírforrás« által közölt tartalom, akkor az olvasó váltana-e más forrásra” (NMHH, 2011: 13). Véleményünk szerint ugyanis nem vizsgálható elszigetelten a tartalom mennyiségének vagy minőségének változása, hiszen egy fogyasztó a szabadon elköltethető jövedelmének vagy a szabadidejének csökkenése eredményeként is lemondhat például egy országos és egy megyei napilap együttes fogyasztásáról, vagy egy nyomtatott médiumról áttérhet az online hírszolgáltatókra, anélkül, hogy az adott hírforrás által közölt tartalom változott volna.

A Médiatanács összeolvadást megtiltó szakhatósági állásfoglalása

A Médiatanács látszólag dinamikájában vizsgálja a sokszínűség változását, hiszen rögzíti:

„...relevanciával az bír, hogy az összefonódás engedélyezése esetén miként változna a médiatartalom szolgáltatás releváns piacán a tájékoztatást jelentő tartalmak sokfélesége/sokszínűsége, milyen mennyiségű és választékú médiatartalom állna a társadalom rendelkezésére (külső pluralizmus) [...] a tervezett összefonódással érintett tartalmakban miként változna a tájékoztatást jelentő tartalmak mennyisége, sokszínűsége (belső pluralizmus)” (NMHH, 2011: 7).

A Médiatanács továbbá a szakhatósági állásfoglalását – előzetes (ex ante) módon – az alapján alakítja ki, hogy „a

médiatartalom szolgáltatás releváns piacán feltételezhető-e, van-e lehetőség arra, hogy a sokszínű tájékoztató jogának romlása következzen be” (NMHH, 2011: 7).

Valójában a Médiatanács megközelítése teljesen statikus, hiszen nem veszi figyelembe a piaci tendenciákat és azt sem, hogy a tartalmi sokszínűség hogyan változhat az összefonódás nélkül. Az ugyanis tény, hogy a legolvasottabb közéleti-politikai napilap, a Népszabadság kiadójának nettó árbevétele 2008 és 2010 között 20 százalékkal csökkent, az Axel Springer érdekeltségébe tartozó megyei napilapok kiadójának forgalma pedig ugyanezen időszakban 12-13 százalékkal zsugorodott (lásd az 1. táblázatot) Az árbevétel-csökkenés eredményeként pedig a kiadók – egy összefonódás szinergiáinak kihasználása nélkül – házon belül kénytelenek racionalizálni, ami jelentős mértékben a szerkesztőségi létszám, illetve költségvetés csökkentéséhez vezetett. A lapeladás és a hirdetési bevétel további esése pedig a lapok terjedelmének és minőségi tartalmának csökkenését, vagyis a sokszínű tájékoztatás romlását eredményezik. Feltételezhető ugyanis, hogy a bulvárnapiapok stagnáló forgalma és értékesített példányszáma nem ellensúlyozza a közéleti-politikai tartalom csökkenését a piacon.

A piaci tendenciák negligálása/nem ismerete alkalmanként egészen hihetetlen állításokhoz is vezet. A Médiatanács szerint:

„6.9. A kérelmezők adatszolgáltatása alapján végzett előfizetési értékesítésének arányának számításából megállapítható, hogy a napilapok meghatározó részénél kiemelkedően magas az előfizetési értékesítés aránya, így a jelentős véleménybefolyásoló képesség mellett a napilapok stabil olvasóközönséggel rendelkeznek” (NMHH, 2011: 24).

Nos, egy ilyen következtetés nem válik a Médiatanács dicsőségére, hisz egy adott pillanatban fennálló összefüggést automatikusan kivetít egy olyan időhorizontra, amelyik a döntés szempontjából kiemelt jelentőségű. Sajnos a napilapfogyasztás (a bulvárnapiapok kivételével) monoton csökken immár hosszabb idő óta hazánkban (az országos politikai napilapok eladott példányszámának változását lásd a 7. táblázatban), s a magunk részéről nem ismerünk olyan mértékadó tanulmányt, amely ezen irányzat megtörését/megfordulását vetítené előre!

7. táblázat: Az országos politikai napilapok eladott példányszáma Magyarországon a 2008-2010. időszak utolsó negyedében (ezer példány)

Megnevezés	2008 Q4	2009 Q4	2010 Q4	2009/2008 változás (%)	2010/2009 változás (%)
Népszabadság	104	86	70	82,7	81,4
Magyar Nemzet	55	49	47	89,1	95,9
Népszava	22	19	20	86,4	105,2
Magyar Hírlap	17*	15	12	88,2	80,0
Összesen	198 ¹¹	169	149	85,4	88,2

(Forrás: MATESZ)

A nemzetközi és a hazai trendeket figyelembe véve akár az is kijelenthető, hogy a sokszínűség szempontjából még akár káros is lehet két jelentős piaci szereplő összeolvadásának megakadályozása. A költségcsökkentés kényszere ugyanis tovább erősítheti a tartalom felhígulását, ami végső soron (szélsőséges esetben) azt eredményezheti, hogy az országos közéleti-politikai, illetve a megyei napilapok elsősorban az – ingyenesen elérhető – MTI-híreket tartalmazzák majd, a lehető legkevesebb önállóan előállított tartalom mellett. A központosított, összevont hírgyártás helyett tehát nagyrészt az állami hírszolgáltatásra támaszkodnak majd a kiadók, hiszen egy fúzió által elérhető szinergiák kihasználása nélkül önállóan kénytelenek a csökkenő bevételek mellett fenntartani a jövedelmezőségüket, illetve piacon tartani a termékeiket. Egy korábban népszerű cím (lap) megszűnése pedig jóval nagyobb űrt eredményezhet a tartalmi sokszínűség tekintetében, mint az a tény, hogy egy fúzió eredményeként létrejövő összevont szerkesztőség nyomán csökken a sokszínűség.

Véleményünk szerint tehát a sokszínű tájékoztatás követelményét nem lehet a gazdasági/piaci racionalitás figyelmen kívül hagyásával vizsgálni, s nem elégséges csupán azt a változatot elemezni, hogy az érintett megyei lapok közös hírközpontjának és a Népszabadság „hírgyárának” összevonása milyen hatással lenne a sokszínűségre „a tájékoztatósi piacon”, hanem azt is vizsgálni kellene, hogy a 2008-2010. időszakban erősen veszteséges Népszabadság kiesése a közéleti-politikai napilapok piacáról vajon hogyan hatna az olvasók által elérhető tartalmak sokszínűségére, illetve az összeolvadás mennyire javítaná a nevezett napilap piacon maradásának esélyeit!

A szakhatósági állásfoglalás szerint:

„...a fúzió után kialakuló tájékoztatósi monopólium és a szűkülő hirdetési lehetőségek tovább erősítenék a Kérelmezők véleménybefolyásolási képességét, hiszen a közös vállalat szerkesztői dönthetnének a kiadványokban megjelenő hirdetések tartalmáról, irányultságáról” (NMHH, 2011: 24).

Miközben a Médiatanács által vélelmezett tájékoztatósi monopólium abszurditását továbbra sem kívánjuk kommentálni, nem hagyhatjuk szó nélkül, hogy a hirdetési piacok teljes félreismeréséről tanúskodik az elébb idézett megállapítás is: talán fölösleges magyarázni, hogy főszabályként nem a szerkesztők döntenek a hirdetések tartalmáról, irányultságáról sem a lapkiadóknál, sem más médiavállalkozásoknál.

A Médiatanács amellet érvel, hogy:

„...a magas médiakoncentráció csökkenti a tartalomkínálat sokszínűségét, a vélemények pluralitását [...] a társadalomban. A tulajdoni koncentráció magában hordozza az egyoldalú közvélemény kialakulásának veszélyét azért, hogy a tájékoztatásból, véleményformálásból bizonyos szempontokat kizár vagy kisebb súllyal jelenít meg” (NMHH: 5).

Ez az állítás az esetek döntő többségében igaz, különösen akkor, ha csak statikusan vizsgáljuk a piacokat. A napilapkiadás esetében azonban egy ilyen következtetés sematikus, hisz az ágazatról nem túlzás azt mondani, hogy válságágazat, bizonyos részei, például a közéleti-politikai napilapok huzamosabb ideje a túlélésért küzdenek. Ilyenkor a válságkezelés egyik formája lehet a kiadók közötti összeolvadás, amit egyébként a szabályozás is figyelembe vesz. Nem véletlen, hogy az Amerikai Egyesült Államokban 1970-ben elfogadták az Újságmegőrzési törvényt (Newspapers Preservation Act), amely mentesíti az azonos piacon működő napilapkiadókat bizonyos antitröszt szabályok alól (konkrétan egyesíthetik az összes kiadói tevékenységet a nyomdától a hirdetésekig, ha ennek fejében piacon tartják a napilapokat, így azok száma nem csökken).

Megismételjük: az a veszély, hogy az összeolvadás következtében némileg homogenizálódik a szerkesztőségi tartalom, valós, bár mértéke csak akkor lenne jelentős, ha az összeolvadó kiadók közvetlenül helyettesítő (egy adott tematikában versenyző) termékeket jelentetnének meg. Ezzel szemben az országos politikai napilapok, a megyei napilapok, illetve a bulvárnapi napilapok között rendkívül alacsony a keresztolvasottság, így leginkább egymás kiegészítőinek tekinthetők. Köznapi megfogalmazásban: eddig is a fogyasztók csupán csekély hányada tájékozódott több különböző típusú napilapból, sokkal inkább a televízió vagy az internet tekinthető párhuzamos hírforrásnak. Amennyiben viszont az összeolvadás nyomán piacon maradhat egy olyan országos politikai napilap, amely egyébként rendkívül fenyegetett, és kiadója saját forrásaiból nem biztos, hogy még sokáig fenn tudja tartani, akkor az ebből eredő sokszínűség-többlet felülírhatja az összeolvadás nyomán beálló sokszínűség-csökkenést!

A Médiatanács azt is állítja, hogy „a tulajdoni koncentráció olyan környezetet teremthet, amely előnyben részesíti a reklámpiac monopolizálását” (NMHH, 2011: 5). Ez a kijelentés nehezen értelmezhető, hiszen ennek akkor is csekély lenne a valószínűsége, ha több különböző médiumtípusban domináns pozícióban lévő piaci szereplők összeolvadását vizsgálnák. A szóban forgó kiadók pedig az elektronikus és digitális médiában nemhogy erőfölényben, még domináns piaci pozícióban sincsenek, és együtt sem lennének.

Érdekes a Médiatanács azon jogértelmezése is, miszerint

„...az Mttv. 67-69. §-ában foglalt előírások, tényállási elemek a jelen hatósági ügy tekintetében közvetlenül nem jelentenek kiindulópontot, ugyanis az Mttv. ezen szakaszai a lineáris médiaszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltatók tekintetében tartalmazzak rendelkezéseket, tehát a sajtótermék kiadását végző vállalkozásokra nem vonatkoznak, [ugyanakkor ezen elvek nem hagyhatók figyelmen kívül, hiszen jelen esetben is] a médiapiaci sokszínűség fenntartása, a sokszínű tájékozódás jogának biztosítása [...] a cél” (NMHH, 2011: 6).

Dicséretes a szabályozó hatóság szándéka, ugyanakkor érthetetlen a sajátos, önkényesen kiterjesztő jogalkalmazás.

A Médiatanács szerint a kérelem tárgyát képező összeolvadás lehetővé tenné a „véleménypiaci erőfölény” megvalósulását abban a nyolc megyében, ahol az Axel Springer csoport napilapjai megjelennek, így a tervezett fúziót követően nem lenne biztosított a sokszínű tájékozódás jogának érvényesülése. Mindezt arra alapozza, hogy a tevékenységek ésszerűsítése, a költséghatékonyság növelése

„...magával vonhatja egyrészt a tájékoztatáshoz elengedhetetlenül szükséges hírforrások beszerzésének racionalizálását, ezzel is szűkítve (esetlegesen torzítva) a véleményformáláshoz szükséges tájékoztatás sokszínűségét, másrészt a kiadvány-kínálat egésze minőségének változását, illetve a jelenlegi mintegy 67 különböző kiadvány választékának szűkülését” (NMHH, 2011: 23).

A Médiatanács itt nem veszi figyelembe, hogy ugyanezek a változások a fúzió nélkül is végbemehetnek, sőt a racionalizálás nélkül rövid időn belül a lapkiadók többsége bezárhatna.

A Médiatanács álláspontja szerint:

„...a tervezett összefonódás veszélyeztetné a média sokszínűségét, hiszen az összefonódás után (horizontális koncentráció) mindenképpen jelentősen csökkenne a piacon jelenleg létező önálló médiavállalkozások száma, ami jelentősen veszélyeztetheti a [...] sokféle hír és vélemény megjelenését, valamint megakadályozhatja a tájékoztatás választékának megőrzését, ezáltal ismét széles társadalmi érdekek sérülhetnek” (NMHH, 2011: 24).

Feltéve, de meg nem engedve, hogy elégséges lenne a Médiatanács statikus elemzése, és nem lenne szükség a lappiaci trendek vizsgálatára a döntés meghozatalakor, még akkor is felvethető, hogy semmit nem mond arról, hogy mi számít jelentős „veszélyeztetésnek”.

Hiányzik tehát egy olyan módszertan, amely határértékekhez kötné, hogy mikor engedélyeznek vagy utasítanak el egy összeolvadást. A versenyjogi döntéseket példának véve látható, hogy a döntések konkrét módszertanokhoz és meghatározott határértékhez kötődnek. A sokszínűség vizsgálatakor a Médiatanács mindezzel adós marad, így az összeolvadást megtiltó döntése – a legenyhébb minősítés szerint is – önkényes, ráadásul nem is szolgálja a médiapolitikai célt, a nagyközönség sokszínű tájékozódáshoz való jogát!

Epilógus

Az Axel Springer csoport 2011. május 6-án beadványt juttatott el a GVH Versenytanácsához, amelyben az összefonódási kérelmet visszavonta, s egyidejűleg a kérelmező sajtóközleményt adott ki, amelyben bejelentette a fentieket. Az Axel Springer a közleményben nem kommentálta a Médiatanács elutasító szakhatósági állásfoglalását, amelyet korábban hivatalból megkapott, s nem zárta ki, hogy a jogi körülményeket mérlegelve később a két csoport egy új összeolvadási kérelmet nyújt be. A Versenytanács a Vj-42-307/2010. sz. végzésében (kelt: 2011. május 11.) az eljárást megszüntette.

Az Axel Springer Budapest Kft. ügyvezető igazgatója, Bayer József, két hónappal később a Világgazdaság című napilapnak adott interjújában megerősítette, hogy a fúziót a magyar médiahatóság döntése hiúsította meg, s egyúttal azt is mondta, hogy „[a] két vállalatnak önállóan kell kialakítani a stratégiáját a következő időszakra” (Újvári, 2011). Az időszak konkrét hosszáról azonban nincs információ a nyilatkozatban. A magunk részéről nem bocsátkozunk előrejelzésekbe a két lapkiadó csoport jövőbeni összeolvadási terveit illetően, hisz nem vagyunk kompetensek: ezt majd eldöntik a lapcsoport tulajdonosai, mérlegelve mindazt, amit egy ilyen fajsúlyú döntésnél az üzleti életben mérlegelni szoktak.

Az Axel Springer-Ringier összeolvadási terv meghíusulását azonban luxus lenne félvállról kezelni, s kutatóként meggyőződésünk, hogy eljött az ideje egy alapos módszertani vizsgálatnak. Mivel az Mttv. a Médiatanácsot ruházta fel azzal a jogkörrel, hogy a médiavállalatok nagyobb horderejű, versenyjogi döntéseket igénylő összefonódási eseteiben előzetesen véleményt nyilvánítson, s miután az általa kiadott szakhatósági állásfoglalás köti a Versenytanácsot, úgy véljük, ezt a módszertani vizsgálatot magának a Médiatanácsnak kellene kezdeményeznie. Ebben a munkában a Médiatanács bátran támaszkodhatna arra a szaktudásra, amely ebben az országban, úgy látjuk, ma már rendelkezésre áll.

A lapkiadás jövője továbbra sem rózsás, s jellemző, hogy mind az Axel Springer, mind a Ringier magyarországi leányvállalatainak két csúcsvezetője, Bayer József és Mihók Attila, a piac további zsugorodásával számol, amint azt a két gazdasági napilapban (Újvári, 2011; Napi, 2011) olvashattuk az év júliusában. Mindez még inkább aláhúzza, hogy az ágazatban az összefonódási kérelmek médiajogi alapú vizsgálata sem nélkülözheti az alapos piacelemzést, az érvényesülő trendek figyelembe vételét! Az alkalmazandó módszertanokat a szabályozó hatóságoknak alaposan át kellene gondolniuk, s ezeket mind egymással, mind másokkal (például a Magyar Lapkiadók Egyesületével és a kérdés akadémiai kutatóival) meg kellene vitatniuk.¹² Ezt persze semmilyen hatályos jogszabály nem írja elő, semmilyen politikai kényszer nem ösztökéli, de – mi legalább is úgy gondoljuk – ez a közelítés szolgálná a nagyközönség sokszínű tájékozódáshoz való jogát!

Irodalom

Collins, R. & Murrone, C. (1996): *New media new policies*. Cambridge: Polity Press.

Feintuck, M. & Varney, M. (2011): *Médiaszabályozás, közérdek, törvény*. Budapest: AKTI & Gondolat Kiadó.

Gálik, M., szerk. (2011): *A médiakoncentráció szabályozása – Szöveggyűjtemény*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Gálik, M. & Vogl, A. (2009): *A média koncentrációjának mérése*. AKTI füzetek, 38. sz. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet (<http://archiv.akti.hu/akti/dok/fuzet38.pdf>).

Hallin, D. C. & Mancini, P. (2008): *Médiarendszerek. A média- és politikai rendszerek három modellje*. Budapest: AKTI & Gondolat Kiadó.

Iosifidis, P. ([1997] 2011): *A médiakoncentráció mérési módszerei*. In: Gálik, M. (szerk.): *A médiakoncentráció szabályozása – Szöveggyűjtemény*. Budapest: Gondolat Kiadó, 43–66. o.

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

Napi (2011): *Csökken a médiapiac*. Napi Gazdaság, 2011. július 6., 6–7. o.

Noam, E. ([2004] 2011): *Hogyan mérjük a koncentrációt?* In: Gálik, M., szerk. (2011): *A médiakoncentráció szabályozása – Szöveggyűjtemény*. Budapest: Gondolat Kiadó, 95–99. o.

Picard, R. G. ([1998] 2011): *Médiakoncentráció, médiagazdaságtan és médiaszabályozás*. In: Gálik, M., szerk. (2011): *A médiakoncentráció szabályozása – Szöveggyűjtemény*. Budapest: Gondolat Kiadó, 15–41. o.

Polyák, G. (2008): *Versenyjogi és médiajogi eszközök a médiakoncentráció korlátozásában*. AKTI füzetek, 21. sz. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet (<http://archiv.akti.hu/akti/dok/fuzet21.pdf>)

Rauch, C. (2010): *Axel Springer, Ringier Combine Eastern European Units*. March 24, http://www.bloomberg.co.jp/apps/news?pid=con_ewsstory&tkr=SPR%3 AGR&sid=aLn6WPIWjRw

Újvári, M. (2011): *Függetlenség, integráció, hatékonyság – Interjú dr. Bayer Józseffel*. Világgazdaság, július 11., 2. o.

Vogl, A. (2007): *A koncentráció mérésének gyakorlati kérdései a média gazdasági értelemben vett hazai piacán*. In: Gálik, M. (szerk.): *A médiakoncentráció szabályozásának vizsgálata – Zárótanulmányok*. Budapest: Gazdasági

Bell Research (2010): Nyomtatott médiumok helyettesítése napilapolvasók körében. Elemző tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal részére. 2010. augusztus 31. (üzleti titoktól mentesített változat), http://www.gvh.hu/gvh/alpha?do=2&st=1&pg=58&m5_doc=7254&m92_act=2 (utolsó letöltés: 2011. augusztus 5.).

Commission of the European Communities [CEC] (2007): Media pluralism in the member states of the European Union. Brussels: Commission Staff Working Document, SEC (2007) 32, January 16, 2007.

K. U. Leuven – ICRI & Jönköping International Business School – MMTC & Central European University – CMCS & Ernst & Young Consultancy Belgium (2009): Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach. Prepared for the European Commission Directorate-General Information Society and Media. Leuven: K. U. Leuven – ICRI. July 2009

(http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/study/final_report_09.pdf)

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság [NMHH] (2011): Szakhatósági állásfoglalás. 2011. április 18. – ügyiratszám MP-1671-13/2011. (üzleti titoktól mentesített változat).

Lábjegyzetek

1

Ezeket a kutatásokat nem kis részben a Gazdasági Versenyhivatal, valamint az Országos Rádió és Televízió Testület Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete támogatásával végeztük. Az eredményekből egyfajta ízelítőt nyújtanak a Gálík Mihály szerkesztésében megjelent, A médiakoncentráció szabályozása (2011) című szöveggyűjteményben lévő tanulmányok.

2

A média tulajdoni koncentrációja és a médiakínálat közötti összefüggés vizsgálata egyébként a médiakritikai iskola egyik legnépszerűbb témája, s a végkövetkeztetés szinte minden esetben a társadalomra, a demokráciára gyakorolt negatív hatás hangsúlyozása (Feintuck & Varney, 2011).

3

A médiakoncentráció korlátozását célzó versenyjogi és médiajogi eszközökről lásd Polyák (2008) tanulmányát.

4

Az Európai Bizottság megbízásából egy szakértői konzorcium kidolgozott egy komplex mutatószám-rendszert, amely a médiapluralizmust méri (K. U. Leuven et al., 2009). Ez a tanulmány arra is szolgált volna, hogy ez alapján az Európai Bizottság ajánlást adjon ki a tagországoknak a médiapluralizmus különböző szempontok szerinti komplex nyomon követésére. Erre azonban mindeddig nem került sor.

5

Ezt a korlátozást a jogalkotó a Dtv. 52. § (2)-ában – az Rttv. műsorszórás-fogalmának módosításával – az analóg földfelszíni műsorszórásra korlátozta, így a digitális földfelszíni műsorszórás platformján terjesztett országos műsorszolgáltatásokra a korlátozás már nem vonatkozik.

6

A T/1747. törvényjavaslat szövegét összevetve az elfogadott és hatályba lépett Mttv. megfelelő részeivel kifejezetten feltűnő, hogy alig van eltérés a kettő között a médiakoncentrációt érintő rendelkezésekben. Ez akár annak a jele is lehetne, hogy kiérlelt és alaposan megtárgyalt rendelkezésekről van szó, de az is állhat mögötte, hogy a parlamenti vitára rendelkezésre állt szűkös időben erre a tárgykörre már nem jutott idő.

7

A két lapkiadó cégcsoport tevékenységi köre a lapkiadáson túl kiterjed a nyomdászatra, a lapterjesztésre, a tartalomgyártásra és az online megjelenésre is, s ezen belül a fogyasztói magazin ágazatban vannak egymással közvetlenül versenyző termékeik is.

8

A becslés módszertana némileg módosult a korábbi évekhez képest.

9

Az ügy megítélése szempontjából nincs jelentősége, ugyanakkor igencsak különös, hogy a Piackutatás miért kezeli együtt a televíziót és a rádiót.

10

A fent említett, ezerfős mintán végzett AKTI-kutatás sem lenne alkalmas a lapok olvasottsági adatainak megbízható kimutatására, és a médiu-mok megoszlásai is a hibahatáron belül értelmezhetők.

11

Becsült adat.

12

Egy ilyen szakmai vita elemi előfeltétele, hogy a Médiatanács tegye a legszélesebb nyilvánosság számára hozzáférhetővé az NMHH honlapján a szóban forgó szakhatósági állásfoglalást: ez a kézirat lezárásának időpontjáig még nem történt meg!



Legolvasottabb

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

Könyvajánló



Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

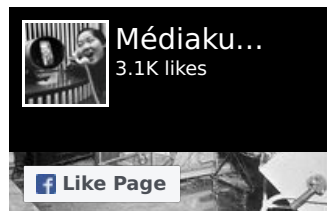
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2011 őszi

Film

[Stóhr Lóránt:](#)

Feltépett sebek

Önreflexivitas a kollektív traumák dokumentumfilmes feldolgozásában¹

A kortárs médiakultúra egyik fő témája a traumák kibeszélése és megmutatása. A katasztrófákról, háborús eseményekről, véres merényletekről szóló napi tévéhíradások, a szenzációhajhász hírmagazinok rövid dokumentumfilmjei és a személyes traumákat kiárúsító kibeszélő show-k jelenítik meg a traumával való mindennapos találkozásaink leglátványosabb oldalát, ám a traumák mediális reprezentációi messze túllépnek a televízió műsorainak határain. Az 1. és 2. világháború, a holokauszt és a kambodzsai, boszniai, ruandai népirtások irodalmi, fényképészeti, filmes feldolgozásai, a történelmi traumákat átélt emberek különféle eszközökkel történő megszólaltatása áthatja a kortárs kultúrát. A modernitás traumái mára olyannyira meghatározzák életünket, hogy egy új interdiszciplináris tudományterület is született traumaelmélet néven. Messzire vezetne annak a kérdésnek megválaszolása, hogy miért vált a trauma kultúránk egyik központi témájává, ám hadd idézzem ezzel kapcsolatban röviden egy neves filmteoretikus, Thomas Elsaesser gondolatát. Elsaesser szerint az újfajta médiának és kommunikációs rendszereknek köszönhetően az egyén az ön-reprezentációit időben és térben töredezett képekben és elbeszélésekben éli meg, ami szükségszerűen vezet a kollektív történelem és személyes történelem traumaként való elképzeléséhez. A trauma tulajdonképpen a szubjektum mediális megteremtésének eszköze, vagyis a traumán keresztül próbálják az egyének vagy közösségek beírni magukat a médiaemlékezetbe.

A traumáknak alapvetően két fajtáját különböztethetjük meg: a személyes traumákat, amikor az egyénnel történtek fizikai és pszichikai sérelmek, bűntények, gyerekkori abúzusok stb., valamint kollektív, másként fogalmazva történelmi traumákat, amikor egy társadalmi csoport érzel egy eseményt traumatikusként. A történelmi trauma tehát az, amikor egy – gyakran szimbolikus – közösség, például egy nemzet él át valamilyen, a kollektív pszichét érintő, feldolgozhatatlan élményt, háborút, forradalmat, népirtást. Allan Meek szerint a történelmi trauma sajátossága, hogy egyfelől a közösségből bárki azonosulhat az esemény áldozataival anélkül, hogy ő maga közvetlenül bármit is traumatikusként élt volna meg, másfelől hogy a történelmi trauma értelmezhető a filozófiai, etikai vagy politikai kérdéseket érintő identitásválság formájaként is (Meek, 2010: 32).

A dokumentumfilm sem marad ki a kortárs „traumakultúrából”. A mai dokumentumfilm egyik kedvelt témája a traumák utóhatásainak megmutatása és a traumatikus események rekonstrukciója a személyes emlékezetten keresztül. Gondoljunk olyan filmekre, mint Claude Lanzmann: *Shoah* (1985), Errol Morris: *Standard Operating Procedure* (2008), vagy egy közeli magyar példát hozva Jeles András *Párhuzamos halálrajzok* (2008) című filmjei. Az egyik oka annak, hogy a dokumentumfilm a traumákkal foglalkozik, a traumatikus élmény iránti felfokozott kortárs nézői érdeklődés, amire Elsaesser gondolata ad magyarázatot. A kortárs dokumentumfilm „sztárjai” (pl. Errol Morris) a családi konfliktusokat és magánéleti traumákat a kamerák előtt szenzációhajhász módon feltáró és kijátszó talk show-kat (pl. Mónika-show) követik igényesebb riporter magatartással és rétegzettebb filmes módszerekkel. A traumatikus történelmi-politikai eseményeket feldolgozó dokumentumfilmek ugyan távol állnak a talk show-k világától, ám a közösséggel megérett borzalmak iránti kíváncsiság és az áldozatokkal való együttérzés érzelmei e filmek hatásmechanizmusát is meghatározzák. A traumák filmre vitelének másik oka a filmzés terápiás funkciója. Az eladdig elfojtott, senki előtt nem vállalt trauma kibeszélése vagy kijátszása a traumatizált egyén és közösség pszichéjét segíti többé-kevésbé meggyógyítani. A dokumentumfilm szerzőjének tehát nemcsak a nézői érdeklődés felfokozása, hanem a személyesen megélt tapasztalat bemutatásán és katartikus erejű megélésén keresztül a néző felelősségének felébresztése, illetve szorongások oldása is a kitűzött célja lehet.

A dokumentumfilm ugyanakkor – mint minden más mediális reprezentáció – kettős probléma előtt áll a traumák ábrázolása tekintetében: egyrészt hogyan lehet a múltbeli eseményeket rekonstruálni, amelyek a traumák alapvonásából következően gyakran elfojtottak, nem kibeszélhetőek, másrészt hogyan lehet megmutatni, milyen módon élte meg a traumatikus eseményt és annak következményeit, mi megy végbe az egyén és/vagy a közösség pszichéjében. Írásomban a közösségi traumák dokumentumfilmes ábrázolásának ezt a problémáját vizsgálom. Az

általam választott két film módszerében közös, hogy maga az alkotó is megjelenik bennük egyik főszereplőként, így a kutatás nemcsak rendkívül személyes hangvétellé, de önreflexívá is válik. E filmekben a közösségi trauma nem társul (legalábbis a főszereplők esetében) közvetlen fizikai erőszakkal és lelki terrorral, ugyanakkor mélyen átítatja a szereplők gondolat- és érzésvilágát. A szerző jelenlétének ebben az esetben az a szerepe, hogy családi konfliktusok kirobbantásával feltárja azokat a tévhiteket, sérelmeket, amelyekkel a kollektív traumát átélő társadalom képviselői elfojtják a fájdalmukat és elodázzák a szembenézést. Az egyik film egy kortárs magyar dokumentumfilm, Kincses Réka *Balkán bajnok* című műve, a másik egy filmhibrid, egy doku-fikció, a *Németország ősszel* című, kollektív alkotás Fassbinder által rendezett epizódja. A két alkotás egyaránt performatív dokumentumfilmnek (illetve dokumentarista fikciónak) nevezhető.

A performatív dokumentumfilmnek kétféle értelmezése van az elméletben. Bill Nichols értelmezésében a performatív dokumentumfilmek „a hangsúlyt a történeti világ hiteles megjelenítése helyett a költői szabadságra, a kevésbé konvencionális narratív struktúrákra és az ábrázolás szubjektívabb formáira helyezik” (Nichols, 2009: 38). Stella Bruzzi viszont a kortárs performanciaelmélettel összhangban azokat a dokumentumfilmeket nevezi performatívoknak, amelyek „performanszot”, vagyis játékot, előadást, szereplést foglalnak magukba a filmkészítő és/vagy a film szereplője részéről (Bruzzi, 2000: 154-155). Az előadásomban Nichols tágabb értelmezésével szemben Bruzzi szűkebb performativitás fogalmát használom. A két film azáltal mutatja meg, hogy milyen gondolatok, emlékek, érzelmek vannak a szereplők fejében, hogy mindkét esetben maga a szerző is részt vesz, szerepet vállal bennük, nemcsak passzív módon, kamerán kívül kérdez, hanem – mondhatni – vásárra viszi bőrét, a kamera előtt átéli a kollektív trauma okozta érzéseket és a trauma (félre)kezelése miatt indulatos családtag szerepét. A két film párhuzamba állításával azt a tézist kívánom bizonyítani, hogy nem a hagyományosan objektívnek tekintett, kizárólag megfigyelésre és/vagy interjúkra építő dokumentum „tisztasága” (a tények és az emberek önmagáért beszélnek), hanem a performatív elem, a teremtő, beavatkozó gesztus tárja fel katartikus erővel a traumatikus történelmi élményt, illetve hozza felszínre a traumatikus élményekről árulkodó nyomokat, amelyek árulkodó gesztusok, indulatok, durva előítéletek formájában látnak napvilágot. A személyes trauma legyőzésének, uralásának egyik döntő mozzanata a megrázó események történetté alakítása, elbeszélése, ám a szóban forgó két film kollektív traumái esetében éppen a nem narratív elemek játsszák a döntő szerepet: míg a történetmesélés során csupán a közösség által elfogadott, kanonizált narratíva ismétlődik, így nem vezet felismeréshez és „gyógyuláshoz”, addig az elbeszélést széttró performatív mozzanatok katartikus pillanatok okoznak, amelyek a közösségi élmény mélyebb, érzelmileg átélt megértését váltják ki.

Az elemzéshez még egy elméleti fogalmat kell bevezetnem, mégpedig a projektált világ Carl Plantinga által definiált fogalmát, ami alatt a bemutatott világ eseményeit, helyszíneit, szereplőit és azok attribútumait értjük. A projektált világ a fikciós filmek diegetikus világának kiterjesztett értelmezése, amely a nem fikciós filmekre is vonatkoztatható: a nem fikciós film esetében a tényleges világ egy modellje (Plantinga, 1997: 84-85). A projektált világ fogalma azért szükséges, hogy ne tévesszük össze a dokumentumfilmben megképződő világot a valósággal – amikor tehát állításokat teszünk az egyes filmek szereplőire, kijelentéseire stb. vonatkozóan, akkor nem közvetlenül a valóságról beszélek, hanem a film diskurzusa által megképzett világmodellről.

Nézzük ezek után az egyes filmeket! A *Balkán bajnok* által közvetlenül felidézett kollektív trauma a marosvásárhelyi „fekete március”, vagyis az 1990. márciusi etnikai összetűzések. Kincses Réka saját családja élményein keresztül mutatja be a magyarverések eseményeit és annak következményeit. Az 1990-es trauma mögött egy másik közösségi trauma húzódik: a magyar nemzet számára mindmáig feldolgozhatatlan történelmi eseményként megélt trianoni békeszerződés, amelynek következtében Erdély Románia része lett. A film fő diskurzusa a Trianon-trauma egyszerre intim, közvetlen, ugyanakkor (ön)kritikus elemzése, a marosvásárhelyi „fekete márciusba” torkolló magyar-román etnikai feszültség lelki okainak feltárása. A dokumentumfilm projektált világának helyszíne és ideje Marosvásárhely és környéke a közelmúltban és a jelenben, szereplői Kincses Réka és családja, valamint az egykori barátok, ismerősök, a jelenlegi vezető erdélyi magyar politikusok otthonukban és nyilvános rendezvényeken.

A *Balkán bajnok* fő alkotói stratégiája a személyes és a nyilvános állandó egymásba játszatása, a személyes és közösségi trauma párhuzamos kibontása, amit az tesz lehetővé, hogy a film főszereplője, Kincses Előd, a romániai forradalmat közvetlenül követő időszak (1989. december-1990. március) vezető erdélyi politikusaként egyszerre élte át nyilvánosan és magánéletében is az atrocitásokban kicsúcsosodó nemzetiségi konfliktusokat. A dokumentumfilmes módszereket illetően keveredik egymással a megfigyelő, narratív és performatív jelleg. A felütés megfigyelő dokumentumfilmet ígér, amelynek főszereplője, a „Balkán bajnok”, Kincses Előd. A felütést követően azonban megszólal a film szerzője egyes szám első személyben és előlép a film narrátorává, aki a konvencionális portréfilmekkel szemben nemcsak megmutatja jelen idejű felvételeken át, és felidézi interjúk révén Kincses Előd életét, hanem személyes történetekkel kiegészíti, elbeszéléssé formálja azt. A szerző a film számos pontján narrátorként funkcionál, aki elbeszéli az eseményeket: megmagyarázza, miért tért haza filmet forgatni, felidézi gyerekkora meghatározó élményeit, eseményeit, illetve szülei fiatalkorát. A képen kívüli narratori hang családi fotókkal, illetve a történelmi események képeivel társul. A narrátorszerep felerősödik, amikor részletesebben elidőzik az 1990. március 20-ai eseményeknél, amelynek nyilvános történéseit archív anyagokkal, videofelvételekkel audiovizuálisan is rekonstruálja, ám a párhuzamosan futó személyes történet, ahogyan a kamaszlány megélte az eseményeket, a szerző képen kívüli visszaemlékezésén át bontakozik ki. Kincses narrátorként elsősorban a személyes és családi élményekre fókuszál, de mivel, mint említettem, édesapja politikusként az események centrumában állt, így a személyes és a publikus a múlt rekonstrukciójában több ponton metszi egymást. Az egyes szám első személyű narrátor révén kibontakozó elbeszélés időbeli és ok-okozati láncolatokba rendezi a történéseket, segít megértenünk a szereplők egymáshoz fűződő kapcsolatait, elhelyeznünk egymáshoz képest a magánéleti és társadalmi szintű eseményeket. A szerző-narrátor értelmezése saját helyzetéről, apja szerepéről az 1989-1990-es forradalmi történésekben, valamint az archív képek, videofelvételek azonban nem teszik megélhetővé a személyes mozgatórugókat és a – mondjuk így – kollektív tudattalanban rejlő motívumokat, amelyek az etnikai villongásokhoz vezettek. A társadalmi és személyes traumák kijátszásának és feldolgozásának

folyamata nem a jelenkori interjúkkal kiegészített elbeszélésen, hanem performatív aktusokon keresztül valósul meg. Ha ezek hiányoznának a filmből, akkor – mint az elbeszélő jellegű felvezetés példázza – a marosvásárhelyi események egy nézőpontú értelmezését és egyik vezető politikusának intim portréját kapnánk, ami inkább a racionális megértést és egy általánosított érzelmet nyújtana. Érdemes a film hatásmechanizmusával kapcsolatban felidézni Elena del Rio különbségtételét, aki szembeállítja a néző szentimentális bevonódását, valamint az affektus élményét. Az affektus a tudatos és tudattalan közti határzónába tartozik és az a sajátos természete, hogy tudatosá teszi a néző tudattalan érzelmeit és hajtóerőit. Az előbbi a klasszikus filmes színészi játék által kiváltott azonosulás esetében univerzalista-humanista megközelítéshez vezet, az utóbbi tudatosítja a nézőben, hogy ő maga is a szereplő ideológiai vagy pszichikai meghatározottságának jegyeit viseli magán (Del Rio, 2005: 162; 179).

A fenti különbségtételhez hasonló változásokat figyelhetünk meg a film hatásmechanizmusában, miután Kincses Réka narrátorból és riporterből előlép szereplővé és maga is aktív részese lesz a kamera előtt zajló történéseknek. Az interjúhelyzet (ahogyan a film elején kérdegeti édesapját) átalakul intim családi együttlétté, amelynek során a szerző egyre vehemensebben kérdez, faggat, felelősségre von. Az impulzív viselkedés, a kemény faggatózás, a kiabálásig fajuló vita, majd a feloldó nevetés magáról a szerzőről is árulkodik, nem lehet nem észrevenni a párhuzamot közte és impulzív természetű édesanyja között. Kincses Réka nemcsak riporter és narrátor, aki időnként képbe kerül, hanem az események katalizátora is, aki maga is arcot és testet kap a filmben a performatív aktusokon keresztül. Az érzelmileg semleges interjúk (pl. az apával, Frundával) elsősorban csak a tényekről beszélnek, míg a dokumentumfilm performatív jellege érteti meg a nézővel igazán a főszereplők jellemét, a múltbéli eseményeket, a traumákra adott válaszaikat.

Nézzük meg, hogyan is történik mindez a filmben! A továbbiakban az egyes szereplők viselkedésére fókuszálok, azt vizsgálom, hogyan kezelik a kollektív és személyes traumákat a szerző kérdezősködései, illetve performatív közbeavatkozásai nyomán. Az apa folyamatosan háritja az őt érő kritikákat, háritja a felelősséget a politika terén elszenvedett kudarcokért. Az archív felvételeken viszont egészen más személyiséget látunk, aki nagy nyilvánosság előtt vállalja veszélyes véleményét és a túlerővel szemben is felveszi a harcot. A jelenben már egy harcokban megtört ember áll politikusként a kamera előtt, aki ugyan önmagát igazolva hajtogatja nézeteit és újra meg újra harcba száll a képviselőjelöltségért, ám talán már maga sem hisz saját ügyében, de kifogásokat mindig talál magának. A felesége monomániásnak és szórakozottnak festi le őt, aki mindent meg tud magyarázni, képes bármilyen esetben elhárítani a felelősséget magától. „A lelke hiányzik az egésznek”, fogalmazza meg lényegre törően Kincses Ajtay Mária, vagyis a folyton-folyvást ismételt mondanivaló, a politizálás már nem belülről fakad, s valóban, Kincses nem látszik lelkesedni saját nézeteiért, nem fűti szenvedély a szavait, nem úgy, mint az archív felvételeken. Kincses keveset beszél az átélt kollektív trauma személyes oldaláról. Azt elárulja, hogy ő volt a szélsőségesen nacionalista románok szemében az egyik első számú közellenség 1990 márciusában, végül felbujtással vádolták meg, amelyet követően Magyarországra menekült. A román részről őt ért támadások kiváltotta érzésekről és a félelemről keveset beszél, de nem azért, mert feldolgozta azt, hanem azért, mert evidensnek veszi a történeteket és – mint egy elejtett megjegyzése árulkodik erről – osztja felesége románokról alkotott véleményét. Kincses számára az igazán feldolgozhatatlan trauma az árulás, hogy az egykori barátaiból álló magyar politikai közösség kitalálta őt. Hat év önkéntes száműzetés után visszatért Erdélybe, ez alatt és ezután – mint a narrátor ismerteti – volt megyei alelnök, a Romániai Magyarok Demokratikus Szövetsége Maros megyei elnöke, a Magyarok Világszövetségének főtitkára, de minden pozíciójából menesztették. Kincses Réka nyomozása e kudarc megfejtésére irányul. A befejezés szimbolikus értelmet ad a címnek: Kincses megmaradt Balkán bajnoknak, mert egy morális kérdéssé kielevezett versenyen elindult és végleg tönkrement a lába, ami párhuzamba állítható azzal, hogy a közéletben saját morális helytállása miatt az 1990-ben elszenvedett trauma azóta sem gyógyult be, ezért nem tud győzni sehol azóta sem, marad alul mindenkivel szemben. A személyes vereség megrázó élménye újra meg újra visszatér Kincses életpályáján, így ismételve folyamatosan a személyes trauma élményét.

A traumákra adott válasz Kincses részéről a sérelmi politika: mások vádolása, rágalmazása. A vereség oka a vereségek ellenére is stabil identitást biztosító elbeszélés szerint a „szekusok” összeesküvése: az egykori román állambiztonság provokálta ki a fekete márciust, hogy átmentse hatalmát és megszabaduljon Kincsestől, olyan magyar politikusokat állítva helyébe, akiknek „szekus” múltjuk van. A kommunista múlt megszakítatlanságának, folytonosságának ellenségkereső narratíváját az 1989–1990-es események egy másik, román nemzetiségű főszereplője, Smaranda Enache is megerősíti a kamerák előtt, tehát nem egyedül Kincses kitalációja, viszont akár igaz, akár nem, a későbbi vereségeire nyilván nem szolgáltat magyarázatot. A felelősség háritása nemcsak az elbeszéléseiben érhető tetten, hanem a kamera előtti viselkedésében is. Az érzelmeit, indulatait választékosan és higgadtan megfogalmazott politikai véleménye mögé rejti, csak akkor érezhető törés a nyugodt felszínen, amikor a személyes felelősségével kapcsolatban kérdezik, mire ő elkezd töredezetten, rosszul fogalmazni, árulkodó módon mellébeszélni. Ha a lánya még jobban sarokba szorítja őt, vagy kifakad az apja részéről őt ért bírálatok miatt, akkor Kincses elhallgat és megsértődik. Nem ismeri el saját hibáit, saját felelősségét saját sorsáért és családja hányattatásaiért, hanem áldozatnak tekinti magát. Ez az áldozatszerep – ami, mint látni fogjuk, a magyar nemzet történelemértelmezését is áthatja – egyfajta elégedettséget nyújt a vereségek elszenvedőjének. A felesége pontosan fogalmaz, amikor azt mondja, hogy férje a mártíromságban talál boldogságot. Kincses Réka a drámai jeleneteket és interjúhelyzeteket oldó, ellenpontosító megfigyelő módszerrel leforgatott passzázsookban mutatja be az apa mindennapi életét: vásárol a piacon, a horgász barátjával beszélget a tónál, táncol a mulatságon, énekelve megmássza a havas hegyet, lubickol a medencében. Ezek a passzázsok a magánéletében nyugodt, a helyzetével elégedett emberről árulkodnak, miközben a személyiség közéleti oldalát a vereségét újra meg újra makacsul megismétlő áldozat szerepe alakítja.

A film másik főszereplője a rendező édesanyja, Kincses-Ajtay Mária, aki nyitottabb, impulzívabb jelleménél fogva többet árul el magáról és véleményéről, mint Kincses Előd. Kincses Réka többnyire édesanyját faggatja a románokkal szembeni előítéleteinek okairól és az 1990. március 19–20-ai eseményekről. Az anya számtalan alkalommal tanújelét adja a románok elleni haragjának. A családi sérelmek kiterjednek a magyar nemzetre, azon

belül az erdélyi magyarok sérelmeivé: a román politikai elit szándékosan teszi tönkre a magyar kultúrát és nem ad helyette másik kultúrát csak a kulturálatlanságot, amely lehúzza a magyarokat is. Ezt a szerző ellenpontozza a román dr. Ioan Sabău-Pop véleményével, aki szerint a román és magyar kultúra nagyon hasonló, a kis disznóságokban remekül megérti egymást a két nemzet. Azt ezt követő jelenet a film kulcsjelenete, ami a szerző performatív gesztusának jelentőségére világít rá. Az anya előbb arról beszél indulatosan, hogy a románok megölték az őseit, ami - mint a szerző felhívja anyja figyelmét - nem mostanában, hanem 1848-ban történt, aztán további sérelemként sorolja, hogy 1919-ben a románok erdélyi bevonulásakor apja családjának menekülnie kellett. Az anya egyre dühödtebbé válik, idegesíti, hogy a lánya szerint a románoknak is vannak sérelmeik, hogy a magyarok is ártottak a románoknak, nemcsak a románok a magyaroknak.

„Aki ezeket (a sérelmeket) emlegeti, az se megbékélni nem akar és nem is tud, az mind fasiszta. Az mind fasiszta, aki azzal jön, hogy a magyarok (...) Az én szememben szálla, akit ki kell irtani. [] Nem értitek meg egymás fájdalmát, az a baj [...] Bennetek sincs semmi tolerancia, csak képzelitek magatokról” (01:04-01:09).

A kollektív traumatikus élmény nyomán keletkezett frusztráció kijátszásával, e performatív aktussal egyszerre felelevenednek azok az indulatok, amelyek működtetik a kölcsönös gyanakvás és előítélet ördögi körét. A 20. századi magyar történelem a magyar nemzet kollektív tudatában az áldozatiság történelme (lásd Népek Krisztusa Magyarország, amelyet Péterfy Gergely figuráz ki Halál Budán című regényében, és amely címen nemrég még dokumentumfilm is készült). A kollektív áldozat képzetébe pedig nem fér bele, hogy az áldozat a másik fél nézőpontjából szenvedést okozó, hatalmaskodó fél, míg a gyötrelmet okozó elnyomó nép áldozat is lehet. Az utolsó olyan jelenetben, amelyben a románokkal szembeni előítéletekről esik szó, Kincses Réka azt mondja anyjának, hogy az egyetlen megoldás, ha a másik szenvedéseit is meglátjuk. (1.17). Am a nyugodt hangvételű beszélgetés sem segít, az anya továbbra is azt hajtogatja, hogy vajon „ők látják-e a mi szenvedéseinket?” A történelmi traumákat felszínre hozza ugyan a filmkészítés performatív aktusa, tudatosítja a szereplőkben és a nézőkben is az előítéleteket, de gyógyítani nem képes a film, nem tudja eljuttatni a család tagjait a másik fél (a románok) helyzetének, érzelmeinek empatikus átéléséhez és elfogadásához.

A két szülő után nézzük meg a szerző viszonyát a történetekhez! A szerző filmbéli perszónája a külföldön élő filmkészítő, aki hazatér családjához, egyszerre van kint és bent a család és tágabban érte az erdélyi magyarság közösségén. A szerző filmbéli perszónája eltávolodott saját gyerekkori, önazonosnak hitt magyarságától és az apja kudarcain túl saját identitását is kutatja. A felütésben a zene vidám tónusa és a szerző személyes, ironikus hangvételű kommentárja határozott rendezői értelmezéssel nem traumatizált (kis)közösségként, hanem vidám, önironikus emberekként próbálja bemutatni saját családját. Miközben a másik három családtag többet-kevesebbet elárul a sérelmeiről, a szerző saját múltbeli élményeit nem fájdalmasként, traumatikusként tálalja, hanem humorral üti el a gyerekkori magányosság, elhanyagoltság felsejlő emlékeit. A szerző egyszerre van jelen családtagként, filmkészítőként és mediátorként, aki részben a családtagok kölcsönös sérelmeit hivatott kibeszélni és oldani, részben a magyarok és románok közti feszültséget enyhíteni, megértetni a magyarokkal, jelesül saját szüleivel, a másik fél érzéseit. Am miközben keményen bírálja apja viselkedését és anyja románellenes előítéleteit, kérdőjelek nélkül osztozik szülei abbéli meggyőződésében, hogy Frunda György szenátor, a család egykori jóbarátja az apjára állított besúgó volt és az állambiztonsági kapcsolatának köszönheti 1990 utáni karrierjét is. Ezt a család tagjai által egyöntetűen megfogalmazott állítást a filmben semmilyen bizonyíték nem támasztja alá. Bár a szerző nem oknyomozó dokumentumfilmet készített, mégis megtehetette volna, hogy amikor a gyanúba került politikusokkal beszélt, rákérdez a politikai múltra. Ezt az előítéletet azonban a szerző nem próbálta oldani vagy az érintett politikusok magatartásán keresztül a film eszközeivel alátámasztani, érzelmi vagy intellektuális ítéletté formálni. Közvetlen vagy közvetett bizonyítékok híján a családi összetartás és identitás helyreállításának egyik tényezőjévé válik a közös ellenség megkonstruálása, a szekusok, elsősorban is a vélt magyar besúgók, az RMDSZ jelenlegi vezető politikusi képében. Elképzelhető lenne egy önkritikus értelmezés, miszerint a szerző is az ellenségkereső előítéletekre szocializálódott, akárcsak az erdélyi magyar közösség és tágabban a magyar nemzet, mely szocializációtól nehéz megszabadulni, ám nem leplezi magát a szerző oly módon, hogy ezt az értelmezést sajátjának tudhassuk be. A film - tehát meglehet, a szerző szándékai ellenére - mégis arról vall, hogy a történelmi traumákból felépülni, szilárd egyéni és közösségi identitást kovácsolni csak régi-új ellenségek teremtésével lehet.

A *Balkán bajnok* a közösségi traumák mellett a család szétesésének személyes traumájára is rávilágít. Kincses Előd Magyarországra menekült, a felesége viszont saját karrierje érdekében nem költözött vele, a szerző, Réka érettségi után Kolozsvárra ment az egyetemre, így a család hirtelen többfelé szakadt. A politikai-kulturális közösség iránti felelősség mellett ez felveti a család iránti felelősség kérdését. A szerző az apjának szegezi a kérdést, hogy ha ő félt az erőszaktól, akkor nem féltette-e a családját otthagyni és kitenni őket a nacionalista románok dühének, akik fenyegető feliratokat festettek a ház kapujára. Az apa kitér a felelősség elől, mellébeszél, érződik a bizonytalan fogalmazásán, hogy ő maga is érzi, hogy felelőtlenül viselkedett családjával szemben (01:21). Az anya tagadja, hogy félt volna, és azt állítja, nem volt bánatos, hogy férje nélkül kellett élnie, vagyis az anya, míg az erdélyi magyarságot a románok kollektív áldozatának látja, személyesen nem hajlandó áldozatként láttatni magát. Bár a férje szerint igenis félt - nyilván Kincsesnek kínos, hogy ő félt, de a felesége nő léte nem - Kincses-Ajta tagadásában több ok is közrejátszhat: egyrészt tényleg nem félt, másrészt ezzel is igazolja maradását, harmadrészt fölényes humorával sejteni engedni, hogy a házasság korábbi feszültségei vezettek az emigráció nyomán keletkezett fizikai eltávolodáshoz. Az anya karakán kiállása arra mutat rá, hogy még a magánéleti nehézségeit, megpróbáltatásait bátran viselő ember sem tud ellenállni a közösség múltbeli traumájának és a nemzettel a történelem áldozatának szerepében azonosul. A politikai válság nyomán keletkező családi válságot a szerző húga, Imola szenvedte meg legjobban. Imola kilencéves volt, amikor a „fekete március” lezajlott és apja Magyarországra szökött. Mivel erősen kötődött az édesapjához és kevésbé a „veszekedős” édesanyjához (hogy az anya szavait idézzük), ezért különösen megrázó volt, hogy egyik pillanatról a másikra búcsúzkodás nélkül eltűnt az apja. Imola számára az egész felfordulás, ahogy elérzékenyülten, sírva beszámol róla, érthetetlen volt, csak félt a „rossz

emberektől”, akik bántódást okozhatnak apjának és nekik, miközben nincs semmilyen konkrét oka a félelemnek (25:26, 26:30). Imola hirtelen egyedül maradt a félelmeivel, senki nem kérdezte meg, hogy érzi magát. Egy elejtett megjegyzésében Imola kimondja, amit kimondatlanul is sejtetett a film, hogy az apa önmagát sajnálta legjobban, amikor el kellett mennie, nem gondolt a családjával, nem gondolt a kislányával, akit meg sem kérdezett, hol akar lenni és kivel. Ezek az elfojtott fájdalmak szakadnak fel a szerző által katalizált filmbéli beszélgetések során és valamiféle megértés is létrejön az apa és Imola egymásra nézésével, és ahogy az apa egy félszeg mozdulattal megsimogatja a lánya fejét. A film projektált világában a befejezés is feloldozást, a családi megbékélés érzését teremti meg: az utolsó képsoron egy fotó látható, amelyen a szerző és apja szenvedélyes szeretettel ölelik meg egymást. A dokumentumfilm-készítés mint performatív aktus, nemcsak a történelmi traumák kibeszélését teszi lehetővé, hanem a családi traumák feldolgozását és a családon belüli kapcsolatok rendezését is.

A filmkészítő szerepét egy másik, cinema verité-hatású önreflexív alkotáson, a *Németország ősszel* című kollektív film Fassbinder által rendezett, közel fél órás epizódján keresztül szeretném árnyalni. A *Németország ősszel* előterében álló traumatikus élményt az 1977. őszi németországi események jelentik. Röviden felidézem ezeket az eseményeket. A viharos hetek nyitánya Hanns Martin Schleyer elrablása volt szeptember 5-én, amelyet a Vörös Hadsereg Frakció tagjai hajtottak végre. Egy másik túsdráma október közepén kezdődött, amikor is baloldali terroristák eltérítettek egy Lufthansa-gépet és három terrorista szabadon bocsátását követelték. Október 16-án német kommandósok kiszabadították a Mogadishuban várakozó gép utasait négy ember élete árán. Október 19-én megtalálták Schleyer holttestét. Október 23-án holtan találták a stammheimi börtönben őrzött három terroristát (Gudrun Ensslin, Andreas Baader, Carl Raspe). Október 25-én rendezték Schleyer ünnepélyes állami temetését, míg 27-én a három terroristáét szigorú rendőri felügyelet mellett. A viharos események hatására szükségállapothoz hasonló intézkedéseket léptettek életbe, amely többek között a telefonok lehallgatását, levelek felbontását, a gyanús személyek bizonyítékok nélküli letartóztatását, a feljelentések megkönnyítését jelentette. Az állam intézkedései a náci idők diktatórikus lépéseire emlékeztették a német közvéleményt. Az 1977. őszi, traumatikus események mögött felsejlik a náciizmus traumája, amelynek élesen kritikus tematizálása jellemezte a 1960-as évek baloldali ifjúsági mozgalmait és a diktatúra visszatérésétől való félelem vezetett a 1970-es évek baloldali terrorizmusához, amely 1977 őszen kulminálódott.

A *Németország ősszel* készítését október közepén vették tervbe, október 22-én létrejött a megegyezés a finanszírozásról, így lehetővé vált, hogy Schleyer október 25-ei temetéséről már forgassanak. Fassbinder saját állítása szerint a lehető leggyorsabban, még októberben elkezdett forgatni. A film tér- és időbeli közvetlensége és intimitása miatt nehéz elválasztani egymástól a fikciót és a dokumentumot. Bár a történések retrospektívák, hiszen a gépeltérítés, a terroristák halála a börtönben biztosan a filmforgatás előtt estek meg, a nyomasztó hangulatot nem kellett reprodukálni, hiszen még a forgatás idején is abban éltek a film szereplői. A film projektált világának helyszíne Fassbinder müncheni lakása, ideje 1977 októberének néhány napja, három főszereplője pedig maga Fassbinder, Fassbinder édesanyja, Liselotte Eder és Fassbinder élettársa, Armin Meier. A film részben a dokumentumfilm retorikájával él (a valószínűleg megtörtént eseményeket rekonstruáló helyzetekben a szereplők által adott improvizatív válaszok), részben viszont a fikciós film eszközeivel (előre kitalált, stabil beállítások). Szemben a kortárs dokumentarista fikciókkal, például Michael Winterbottom *Ezen a világon* (2003), Abbas Kiarostami *Tíz* (2002) vagy Hanu Abu-Assad nagy botrány kavart *Ford Tranzit* (2002) című hibridjeivel, amelyek a digitális kamera használatával a dokumentumfilm kinézetére törnek és megkérdőjelezik fikciós és dokumentumfilm határait (Landesman, 2008: 33–45), Fassbinder a beállításokkal és vágással leleplezi, hogy filmje nem tiszta dokumentumfilm, hanem egyfajta hibrid. Fassbinder a *Németország ősszel*ben önmagát, saját életét, saját családját viszi vászonra, reprodukálja a kamera előtt az általa egy-két héttel korábban megélt élményeket.

Fassbinder filmje, bár megrendezett, mégsem narratív film, hanem performatív aktusok sorozata, amelyben az egymást követő jelenetek időbeli viszonyai sem világosak. Két jelenettípusra épül a film: az egyikben Fassbinder müncheni otthonában élettársával, Armin Meierrel látható, a másikban – valószínűleg egy konyhában – édesanyjával beszélget az 1977. őszi németországi események kapcsán a demokráciáról. Fassbinder mindkét jelenettípusban a baloldali meggyőződésű értelmiségi-művész szerepét játssza el, aki felháborodik és elborzad az őszi történéseken, szorong attól, hogy az állam elhallgattatja őt, de végső oka a szorongásnak a fasiszmus visszatérése. Az anyával való dialógus célja nem saját politikai meggyőződésének hangoztatása, hanem az, hogy az indulatos faggatózással felszínre hozza a német „átlagembernek”, a náciizmus tanújának elfojtott érzéseit, amelyek politikai véleményét befolyásolják. Fassbinder módszere nem egy megírt dialógus, hanem egy előzetesen lazán felvázolt kamera előtti beszélgetés, amelyben Liselotte Eder belement, hogy felidézze saját, pár nappal korábbi nézeteit (Steadman-Watson, 1996: 173). A szerző indulatos faggatózása arra irányul, hogy az anya leleplezze magát: azt, hogy a terroristák kapcsán a szemet szemért, fogat fogért elv, a bosszú logikája szerint járt volna el, hogy a demokráciát a hiteles és befolyásos személyiségekre hagyná, hogy ők emeljék fel szavukat az állam intézkedései ellen, s végül, ami a beszélgetés zárópontja és egyben a film csattanója, amikor az anya, a tipikus német polgár kimondja vágyát: „A legjobb lenne egy tekintélyes uralkodó, aki nagyon jó, és nagyon kedves és rendes” (Fassbinder, 1996: 155). Fassbinder addig szorítja sarokba anyját, amíg az fel nem tárja kötődését a fasiszmushoz, azt az elfojtott vágyát, hogy még mindig egy Führert állítson az ország élére a káoszhoz vezető demokrácia helyett.

Fassbinder az élettársával közös jelenetekben a szorongás, a gyász, kétségbeesés, depresszió érzéseit és állapotait játssza ki, és az ezekből fakadó indulatait és frusztrációját vezeti le Meieren. A film számos jelenete hivatott Fassbinder szorongását kijátszani: az újságírótól kéri, hogy változtassák meg az interjú befejezését; egy éjszaka felébred, felhívhatja Meierrel Párizsban élő volt feleségét, Ingrid Cavent, s miközben gyászos hangon elmondja neki a három terrorista halálát, konyakot iszik, cigizik és a péniszével játszik, mint egy szorongó kisfiú. Egy későbbi jelenetben a rendőrautó szirénája vált ki rettegést belőle, a vécébe dobja az összes, nála levő kábítószer. Máskor Meier egy éjszaka egy fiatalemberrel tér haza, akinek nincs hol aludnia, Fassbinder azonban fél az idegentől, gyanakodva nézi és kidobhatja a férfit Meierrel, majd magába roskadva sírni kezd és Meier vigasztalja. Ezek a

nyilvánvalóan megrendezett jelenetek egy pár nappal korábbi időszak érzelmi dokumentumai.

Meier egyfelől hasonló szerepet tölt be a filmben, mint Eder, amennyiben az „átlagember” véleményét hivatott kibeszélni a terroristákkal kapcsolatban. Ahogyan az anya, az élettárs is a terroristák ellen van, kivégezné őket legszívesebben. Még annyira sem érti Fassbinder politikai véleményét és aggodalmát, mint a nála jóval reflektáltabb véleményt megfogalmazó anya. Meierrel szemben Fassbinder épp ezért még durvábban viselkedik, mint az anyjával szemben: nemcsak kiabál vele, hanem megfenyegeti és megveri véleménye miatt. Meier másfelől tehát a katalizátor szerepét tölti be, ami Fassbinder saját érzelmi mozgatórugóit hozza mozgásba. Fassbinder folyton a demokráciáról beszél, ám Meierrel szemben igazi despotaként lép fel: utasítja, verbálisan megalázza, megveri őt. Kiáltó a kettejük kapcsolatának hierarchizáltsága abban a jelenetben, amikor Fassbinder hazatér külföldről és bődzsekiben, csizmában utasítgatja a törölközője alatt meztelen Meiert, megalázza, megveri és kidobja a lakásából. Fassbinder korábbi játékfilmjének, a *Petra von Kant keserű könnyeinek* a címszereplő és a néma mindenese, Marlene közti kapcsolatát idézi fel Fassbinder és Meier viszonya: csak hogy ez esetben a film retorikája, az önvallomásosság elhiteti a nézővel, hogy a valóság reprodukcióját, újrajátszását látjuk, vagyis Fassbinder és Meier kapcsolata csakugyan a házi diktátor és az ő testi-lelki, érzelmi és szexuális igényeit egyaránt kiszolgáló rabszolgája közti viszonyoknak felel meg. Fassbinder a legintimebb helyzetek kijátszásával, önmaga exponálásával leleplezi, hogy a diktatórikus berendezkedés kollektív traumatikus élménye az előítéleteken, antidemokratikus vélekedéseken, az állami erőszak támogatásán túl az interperszonális viszonyok hatalmi viszonyokként való megélésében is továbbél.

A dokumentum és fikció közti határvonal bizonytalanságát fenntartó Fassbinder-film in vivo jellege ugyan megkérdőjelezhető, ám az alkotó azzal a performatív gesztussal, hogy reprodukálta a film médiuma segítségével és kendőzetlenül kitette a publikus vizsgálódásnak önmagát és legintimebb viszonyait, valósággá tette a vásznon a kollektív traumák nyomait. Ugyanakkor a film és élet ilyen elválaszthatatlanul szoros kapcsolata, a filmkészítő pórére vetkőzése és a személyesebb kapcsolatok bevonása a kíméletlen vizsgálódásba, mindig (ön)veszélyes játék. Fassbinder számára saját bevallása szerint önterápiás aktus is volt a filmkészítés, amellyel saját szorongását kezelte és oszlatta el (Töteberg, 1986: 228). A közösségi traumát kibeszélte, Fassbinder túljutott a diktatúra visszatértétől való szorongáson. A személyes kapcsolatok problémái azonban a filmen kívüli valóságban nem oldódtak meg. Fassbinder élettársa, Armin Meier fél évvel később, 1978 májusában öngyilkosságot követett el, miután a rendező elhagyta őt. A korábbi példában Kincses Réka a leleplező erejű, valós drámai összetűzések ellenére filmjét a családi megbékélést sugalló feloldással zárja. Ha hiszünk abban, hogy a filmen túli és filmi valóság kétirányú kapcsolatban állnak egymással, akkor a megbékélő zárlatnak terápiás hatása lehet. A rosszul beforrt sebek feltépése után a sebek begyógyításáról is gondoskodni kell.

Irodalom

Bruzzi, Stella (2000): *New Documentary: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge.

Del Rio, Elena (2005): *Between Brecht and Artaud. Choreographing affect in Fassbinder's The Marriage of Maria Braun*. *New Review of Film and Television*, Vol 3, no 2. November.

Elsaesser, Thomas (2001): *Postmodernism as mourning work*. *Screen*, vol 42, no 2, Summer.

Fassbinder, Rainer Werner (1996): *Németország ősszel. Rainer Werner Fassbinder beszélgetése édesanyjával, Liselotte Ederrel* (ford: Orosz Magdolna). In: Zalán Vince (szerk.): *Rainer Werner Fassbinder. Írások, beszélgetések*. Budapest: Osiris.

Landesman, Ohad (2008): *In and out of this World: Digital Video and the Aesthetics of Realism in the New Hybrid Documentary*. *Studies in Documentary Film*, Vol. 2. No 1.

Meek, Allen (2010): *Trauma and Media*. London & New York: Routledge.

Nichols, Bill (2009): *A dokumentumfilm típusai. Metropolis*, 4. sz.

Plantinga, Carl (1997): *Rhetoric and Representation in Nonfiction Film*. Cambridge: Cambridge University Press.

Steadman-Watson, Wallace (1996): *Understanding Rainer Werner Fassbinder. Film as Private and Public Art*. Columbia: University of South Carolina Press.

Töteberg, Michael (ed.) (1986): *Rainer Werner Fassbinder. Die Anarchie der Phantasie. Gespräche und Interviews*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

Lábjegyzetek

1

A szerző a tanulmány írása során Állami Eötvös Ösztöndíjban részesült.



Állásfoglalás

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

Legolvasottabb

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

Könyvajánló



<>
Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

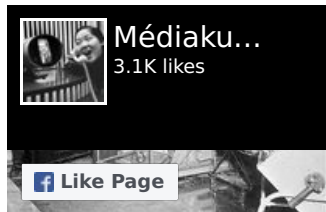
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)





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

Médiakutató 2011 ősz

Kritika

[Szajda Szilárd:](#)

A nyelvtudomány, a médiatudomány és a történettudomány metszéspontjában

Jobst Ágnes: A nyelv kisajátítása. A második világháború utáni média elemzése szótárral és szövegmutatványokkal című könyvéről

Jobst Ágnes könyve (amely a szerző nyelvtudományi doktori értekezésének átdolgozott változata) azon a tézisen alapszik, hogy minden politikai hatalom a nyelv által tárja fel és fogalmazza meg a társadalmi konfliktusait, és ezért a modern társadalmakban rendkívül fontos a „nyelvi mechanizmus tartalma és szerkezete” feletti ellenőrzés (7. o.). Munkája célja éppen emiatt az, hogy „a 20. század második felének magyar történelmét meghatározó államszocializmus előkészítésének és berendezkedésének konkrét példáiból kiindulva tekintse át a hatalom diszkurzív megközelítésének lehetőségeit” (9. o.).

Az 1945 utáni magyar történelem értelmezésében valóban ígéretes lehet a parlamenti határozatok, párthatározatok, peranyagok, törvényszövegek, valamint az újságcikkek elemzése, ám természetesen e hatalmas anyagból valamilyen szempont alapján választani szükséges. Jobst Ágnes vezércikkeket választott elemzésre, mégpedig a „publicisztikának a társadalmi valóság újraalkotásában és elfogadásában játszott szerepe okán” (10. o.). Ezzel a kijelentésével éppen úgy egyetérthetünk, mint azzal, hogy a történettudományi forráselemzésben egyre nagyobb teret nyert a nyelvi dimenzió, mivel a társadalomtörténeti fogalmak „nem autonóm módon létező entitások, hiszen kialakulásuk diszkurzív folyamat eredménye” (10. o.). A szerző ennek a „nyelvi fordulatnak” a szellemében tesz kísérletet nyolc kordokumentum értékű sajtószöveg elemzésére, sajátosságaik szövegtani eszközökkel történő megragadására, a politikai intenció megismertetésére és a szövegek politikai-történelmi kontextusba helyezésére. Négy vezércikket elemez az 1946-os Szabad Népből, és négyet ugyanennek 1950-es és 1951-es számaiból. Itt három kérdés merülhet fel: elegendő-e nyolc cikket elemezni, azaz általános érvényű kijelentéseket tehetünk-e ezek alapján? Indokolható-e a két külön korszakból (tudniillik a koalíciós időszakból és a személyi diktatúra idejéből) való szövegek egységes szemléletű vizsgálata? És végül: helyes-e a cikkek kiválasztása, a „mintavétel”?

Az első kérdésre határozott igennel felelhetünk, és ezt mutatjuk be recenzióinkban. A másodikra a szerző így felel: mivel a Szabad Nép

„egy egyeduralomra törő párt hivatalos orgánusaként jelenik meg, intézményi kötöttsége folytán nyelvhasználata már az 1940-es évek második felében előre vetítette az 50-es évek fordulójának közéleti nyelvét” (15. o.).

A mintavétellel kapcsolatos magyarázata azonban talán nem ennyire meggyőző. Elmondása szerint azért azt a négy, 1946 elején megjelent vezércikket vizsgálta meg, amelyeket, mert 1946 elején, a kommunista párt 1945-ös választási veresége után indult meg a hegemoniára törekvő MKP támadása a kisgazdák ellen (17. o.). Ez természetesen igaz is, de nem elegendő magyarázat. Pontosabban az időszak választását indokolhatják, de a négy cikkben „érintett” politikai események nem emelkednek ki jelentőségük miatt az időszak történései közül. Hasonló súlyú politikai eseményekre reagáló cikkek hetente jelentek meg a Szabad Népből.

A négy, 1946-os vezércikk a következő: *A felelőtlen beszéd* című a „jobboldali” kisgazda Sulyok Dezső parlamenti felszólalására reagált, a *Döntést* című a baloldali pártok tömegtüntetése után íródott, *A kötelet!* című a Páter Kis Szaléz-féle merényletet követően jelent meg, *A vonjuk le a tanulságot* című pedig a párizsi békével kapcsolatos írás. Jobst az 1950-ben íródott A központi vezetőség ülése és a *Harcolj a békéért - jegyezz Békekölcsönt!* című dolgozatok, valamint a Grósz-perről és az ítéletről szóló két 1951-es (*A per tanulsága* és a *Békénk legelső ellensége*) című írások elemzésével az egypártrendszer legitimizálódását vizsgálta (18. o.). (A cikkek a kötet függelékében megtalálhatók.)

A könyv *A nyelvtudomány lehetőségei a médiaüzenetek elemzésében* című fejezetében a sajtó kvalitatív és

kvantitatív vizsgálatának rövid történetét, módszertanát és az ezekben rejtőző lehetőségeket mutatja be. A szerző kijelenti: mivel az 1980-as évektől a diskurzuselemzésben a tranzakcionális (információtovábbító) szerep elemzésén túl egyre nagyobb teret kapott az interakcionális (a kommunikációs partnerek kapcsolatát szabályzó) szerep, ezért vizsgálatában ő is nagy hangsúlyt fektet erre. Hangsúlyos továbbá a „szándéknyilvánítás” és „szándéktulajdonítás”, mivel

„a szöveg befogadója, esetünkben az újság olvasója a szöveg üzenetét keresi. A politikai töltetű vezércikkek esetében fokozottan érvényes, hogy a szöveg szemantikai jelentése és nyilatkozatértéke nem esik feltétlenül egybe” (21. o.).

A szerző kifejti, hogy vizsgálatát a kognitív elmélet jegyében folytatja, mivel az a nyelvi rendszert a megismerés szerves részeként kezeli – és a megismerés ma már elsősorban nem („közvetlen”) tapasztalat, hanem médiaüzenetek útján történik.

Jobst Ágnes először a retorikai elemzés lehetőségeit mutatja be a *Döntést* című vezércikk analizálásával. Rámutat arra, hogy a cikk felépítése megfelel a klasszikus szónoki beszéd hat, illetve mások szerint hét részből álló felépítésének. A cikk célja nem a saját értékek melletti meggyőzés, hanem a lebeszélés, és ezt az ellenfél bírálatával kívánja elérni. Az olvasó megtudhatja, hogy míg a sajtóretorikai iskola az újság szövegeket a tanácskozó beszédek körébe sorolja, és azon belül lehet egy szöveg lebeszélés, illetve rábeszélés, a vizsgált „szövegpéldány” a törvényszéki vádbeszéd elemeit is magában hordozza.

A szerző a médiaüzenetek elemzésében fontos szerepet tulajdonít a metaforák használatának. Felidézi, hogy a szakirodalom a metaforát nemcsak díszítő elemként, hanem a fogalmi rendszert strukturáló eszközként is kezeli, és hogy a leggyakoribb metafora a politikával kapcsolatban a háború, a verseny és az üzlet. Az általa elemzett cikkekből hiányzik a verseny metaforája, ami nem meglepő, mivel a fordulat éveire a leginkább a „háború” használata a jellemző – hiszen a kommunisták nem egyenlő versenytársként tekintettek a rivális erőkre. Jobst itt a kognitív metaforaelméletre hivatkozik: „a legmélyebben gyökerező metaforák a legkedveltebbek és a leghatékonyabbak, ezért mentális feldolgozásuk sem igényel különösebb erőfeszítést” (29. o.). Ezek általában a közös emberi létélményekhez kapcsolódó szavak: élet, halál, szerem, vadászat, háború.

A Szabad Nép írásaira 1946-ban is jellemző, hogy a harc metaforája használatával a politikától távol eső, mindennapi területeket is militarizál. Ezért olyan lexémákat alkalmaz, amelyek összefüggenek a harccal (ellenség, front, háborús uszítás, aknamunka, önvédelmi harc, megvédjük). A metaforák szerkezetének fontos összetevője a konkrét vagy szimbolikus tér feletti ellenőrzés megszerzése, amelyekről szólva támadó félként mindig a politikai ellenfelet azonosították, hogy az újságolvasó a védelmező, pozitív szereplőkkel érezzen közösséget.

Szintén a nyelvtudományi elemzési lehetőségek között mutatja be a névmáselemzést. Véleménye szerint a lap olvasóit bizonytalanság keríthette hatalmába, mert „nehéz eldönteni, vajon az üzenet címzettjének, netán a szöveg tárgyának tekintsük magunkat” (32. o.). Ez a „mi-csoportra” utaló nyelvi elemek sokrétű használata miatt érezhető, ami megzavarja az olvasót.

A szerző (az Önmegjelenítési stratégia című fejezetben) az MKP 1946-os és utódpartja, az MDP 1950–1951-es önreprezentációját vizsgálja. Eszerint a négy, 1946-os cikkben az önmegjelenítést szolgáló *mi* kategória használata csak 5 százalékban utalt a lap mögött álló pártra, 45 százalékban a baloldalra és 41 százalékban az ország egészére, a magyar társadalomra (38. o.). A kommunista pártnak a nem egyértelmű, azaz a többrétegű alanyhasználattal Jobst szerint a zavar előidézése volt célja, illetve az, hogy a párt törekvéseit nemzeti érdekként tüntesse fel, mégpedig a párt nemzeti arculatának kialakítása-erősítése érdekében. A szerző összehasonlítja más sajtóorgánumok (Kis Újság, Magyar Nemzet) gyakorlatát a Szabad Népevel. Ebből kiderül, hogy a többes szám első személyű névmás ilyen gyakori és ravasz módon összetett használata egyedül a Szabad Népre volt jellemző.

A fordulat utáni vezércikkeknél, hasonlóan 1946-os szövegekhez, az országra vonatkozó utalások 69 százaléka messze felülmúlja a pártra vonatkozó 31 százalékot. Azt is kimutatja, hogy amíg mindkét időszakban az országra való utalás nagyrészt névszói elemekkel történik, addig 1950 után a pártra történő utalás nagyrészt igei elemekkel valósul meg (például: „továbbra is biztosan vigyük előre országunk, dolgozó népünk ügyét”). Ezzel az MKP-t, majd a Magyar Dolgozók Pártját a „cselekvő ágens szerepkörében jeleníti meg, az országot pedig passzív szerepkörbe szorítja” (46. o.). A szerző szerint az 1950-es években erre a társadalmi legitimitáció hiánya miatt volt szükség, ami „arra kényszerítette a párt propagandistáit, hogy a nép érdekeire hivatkozva a társadalom egészéhez forduljanak” (46. o.).

Az *Ellenségkép* című fejezet célja, hogy

„a szövegtekésztségeinek felhasználásával tegye átláthatóvá azokat a nyelvi-fogalmi technikákat, amelyek az ellenség fogalmának mentális feldolgozását, a hozzá kapcsolódó szociális kogníciókat megalapozzák” (48. o.).

Jobst itt megjegyzi, hogy 1946-ban (az ellenség fogalmának kialakításakor) a *mi* és az *ők* kategóriájának használatával már egyértelművé tették az ellenség létezését, de még nem lehettek fel olyan meghatározások, amelyek egyértelmű tartalmat adtak volna az ellenség fogalmának. Ehelyett körülírják azt, ezzel is előmozdítva a felkutatásukra tett erőfeszítéseket. Itt megjegyeznénk, hogy ismerve a kommunista párt taktikáját, helyzetét és a korabeli vezércikkek jelentős részét, ez ugyanúgy lehetett a figyelem felkeltésének, a feszültség fokozásának eszköze is, főleg ha politikai kampányhoz kapcsolódó sajtókampányként, tehát folyamatként közelítjük meg a vizsgálat tárgyát. Ugyanakkor teljesen egyet tudunk érteni a szerző megjegyzésével, hogy a népszerűtlen, választásokon vesztes MKP újabb népszerűségvesztés nélkül ekkor még nem támadhatta volna a kisgazdákat. Ez az

oka annak, hogy egy sajátos tartalmi megoldást vezettek be: a vezércikkek fő témája a fasizmus maradványainak felszámolása volt, amit párosítottak a politikai ellenfelekkel való leszámolás szándékával.

Jobst Ágnes számba veszi azokat az eszközöket, amelyekkel a vezércikkek megpróbálják (ki)alakítani a politikai közösség ellenségképét: ilyen például a *belső ellenség* fogalma, amely áthidalja azt az „ellentmondást”, hogy az ellenség csak a határokon túlról érkezik. A korabeli cikkek által sugallt ellenségkép jellemzője továbbá az erőszakos bűncselekményekkel kapcsolatos szavak használata (banda, terrorbanda, összeesküvés, szervezkedés). Ezt a kriminalizálást segítik olyan szavak is, amelyek erőszakos bűnözők eszközeire utalnak (géppisztoly, kézigránát). Az ellenségkép hitelességét erősíti a vezetők megnevezése és nevük pejoratív többes számú használata (például „Kis Szalézok”). A szerző rámutat: az ellenségképet általában fokozatosan fókuszálták az általánosságoktól (értve ez alatt mindenkit, aki nem osztja a cikkíró álláspontját, mondjuk a „demokrácia rosszindulatú bírálóit”) az egészen konkrét szereplőig (például: a földalatti szervezkedést kiszűrik folytatják).

A szerző az 1946-os cikkek elemzése során külön is elemzi egy új, ellenséget jelölő fogalom, a *reakció* használatát:

„A latin eredetű *reakció* 'visszahatás, ellenhatás' értelemben eredetileg az élettan szókincséhez tartozott, mint tudományos szakszó, köznyelvi konnotációval nem rendelkezett. A mozgalmi zsargon a 'társadalmi haladásnak való ellenszegülés' jelentésben a munkásmozgalom irodalmából szovjet közvetítéssel vette át [...] viszonylagos szemantikai üressége [...] tette lehetővé, hogy vele, mint gyűjtőfogalommal az ellenséget összefoglaló módon nevezték meg. [...] Így a szó] az ellenség elleni harc egyik kulcsfogalmává nőtte ki magát” (54. o.).

Jobst Ágnes a cikkekből vett idézetekkel szemlélteti, hogy eme semleges lexéma negatív konnotációját miként építette ki a negatív szövegkörnyezet (főnévként: a reakció ügynöksége, az arcátlanul előretört reakció, a reakció gyűjtőpártja, a reakció és nagytőke hálója; jelzőként: a reakciós gentry, a reakciós jobbszárny, a reakciós jobboldal, a reakciós, sőt fasiszta közhangulat, a reakciós Horthy-ügynök). Bemutatja azt is, hogy a *Döntést* és *A kötelet* című cikkekben már kiszűrt politikusokra (Saláta Kálmánra, Eckhardt Tiborra) vonatkoztatva használják a reakció fogalmát, szemben a korábbi gyakorlattal, amikor jobbra még „elvonat politikai kategória” volt.

A szerző a korabeli ellenségkép-kreálás eszközei közül más újságírói-nyelvhasználatbeli eljárásokat, eszközöket is bemutat. A korszakra jellemző volt például az ellenfél „temporális relációba” helyezése. Ennek technikája a következő: a saját álláspontjukat a bűnös múlttal való radikális szembefordulásként fogalmazták meg, míg az attól eltérő elképzeléseket a múlthoz kötötték. Ez feloldhatta azt az ellentétet, amelyet esetleg az olvasó felfedezni vélt amiatt, hogy az ellenség nem országhatárokon kívül, hanem belül található. A múlt jelentette még a szenvedést, a háborút és mindent, ami rossz volt az emberek életében. Ehhez társultak a régmúltra vonatkozó jelzők: a kiszűrt pártot mamutpártnak nevezték, Schlachta Margitot a „múlt szürke fátyolos kísértetének”. Jobst az ellenfél „temporális relációba” helyezését az egyik legveszélyesebb eszköznek tartja, mivel

„mindennapi tudásunk szerint a múltnak az a természete, hogy elmúlik, ebből következően nemcsak a szemben álló politikai nézetek elavultságát sugallja, ám egyben a velük való leszámolás természetes voltát implikálja” (58. o.).

A szerző ezeket a jelenségeket az 1950-es évek cikkeivel kapcsolatban is számba veszi. Leírja, hogy változatlanul érvényesült például az aszimmetrikus szerkesztésmód: ekkor a legveszélyesebb ellenségnek kikiáltott klérust szélsőségesen negatívan, a pártállamot ennek ellentétjeként szélsőségesen pozitívan jellemezték. A *belső ellenség* kriminalizálásának tartalma viszont megváltozott, a *belső* szervezkedést felváltotta a *külső*, idegen érdekekért történő összeesküvés. (Például: „amerikai imperialisták legfontosabb ügynöksége Magyarországon [...] s szorosan együttműködik az imperialisták egyéb ügynökségeivel, a jobboldali szociáldemokratákkal, a Tito-bandával is” – 67. o.). Az 1950-es években továbbra is használták a múlt-jelen-ellentétpárt, jellemzőek voltak a biológiai természetű hasonlatok, amelyek az állatvilágból érkeztek (például: „ellenség, mint sarokba szorított patkány”; a „mérgefogató megfosztott kígyó”), és amelyek undort keltenek az emberekben. Jobst rámutat:

„Ennél is veszélyesebb következmény azonban, hogy szabad utat enged a vadászat gondolkörének. A HARC helyébe lépő VADÁSZAT metaforáját a lexika szintjén a következő igék támogatják: *kiűzés, kiirtás, ártalmatlanná tesz, kézre kerít, lecsap*” (67. o.).

A vizsgált cikkekben az ellenség különféle kategóriái között kiemelt arányban szerepelt a „klerikális reakció, püspöki kar” (30 %), az „amerikai imperialisták” (29 %) és az „egykori fegyveres szervezetek tagjai” (15 %); a kisebb hányadon osztoztak a „kulákok”, a „Tito-banda”, a „nagybirtokosok”, a „nagytőkések”, a „jobboldali szociáldemokraták”, a „bércsalók”, valamint az „ingyenélők” (66. o.).

A szerző kitér arra is, hogy a korábban bemutatott eszközök nem mindig voltak elégségesek a közönség körében élő beidegződések megváltoztatásához, pontosabban ahhoz, hogy feloldják a kettős nyelvhasználat ellentétét: a hivatalos és a köznyelv között lévő feszültséget. A vizsgált cikkek szerint ezt úgy próbálták elérni, hogy a megfelelő szóösszetételek használatával a „helyes” értelmezésre irányították a figyelmet (például azt írták: valami „felhívja a figyelmünket arra”, a közönséget „fel kell világosítani”), illetve igékkel és főnevekkel kiemelték azt (például: hangsúlyoz, kiemel, aláhúz, illetve súlypont). Használták a „leleplezés” eszközt is, amelyet igen gyakran a „valójában” módosítószóval, vagy a „még akkor is igaz ez” kifejezéssel értek el. És az „értékelést” sem bízták az olvasóra, hanem a mutat, értékkel, jelent igék segítségével levonták a „tanulságot”, hogy a közönségnek ne kelljen gondolkodással bibelődnie (69. o.).

A kötet következő három fejezete már nem a Szabad Nép cikkeinek elemzésére szorítkozik, hanem a nyelvi szókészlet változásaival, a szavak jelentésének megváltozásával foglalkozik, illetve a társadalmi és épített

környezetből adódó nyelvi változásokat veszi számba. Rámutat arra, hogy a nyelvtudomány szerint új lexémák akkor alakulnak ki, ha új tárgyak jelennek meg, új intézmények-szervezetek alakulnak, új eljárások honosodnak meg, új foglalkozások jönnek létre (72. o.). 1945 után minderről, sőt ennél jóval többről volt szó. Egy új rendszer kezdett kialakulni, majd ez az új rendszer fokozatosan átalakult egy másik rendszerre. Ezen a ponton annyi kritikával illethető a kötet, hogy a szókészleteti változásokkal foglalkozó rész talán nem hangsúlyozza eléggé a kettős átalakulást (a politikai-társadalmi rendszerváltozásokat), ehelyett egyetlen folyamat részeként kezeli az 1945 és 1950 után történteket. Vagyis a korábbi fejezetektől eltérően már nem összetett (történelmi és nyelvi) folyamatként, hanem inkább csak nyelvi folyamatként vizsgálja a változásokat.

A stilisztikai változásokról szóló részekből kiderül, hogy ekkor terjedtek el a nyelvben az úgynevezett terpeszkedő igeneves szerkezetek (ilyen például az „elintézésre kerül” vagy a „megtárgyalásra kerül”). Ennek oka a nyilvános szereplésre felkészületlen közszereplők nagy száma, és az, hogy az alany elmaradása szövegtanilag felelősségelhárító mechanizmus. A szerző elemzi a neologizmusokat is: azokat, amelyek szóösszetétellel (élmunkás, termelőségvetkezet, munkaverseny, tapasztalatcsere, rohammunka, osztályidegen), szóképzéssel (például: traktoros, dolgozó) jöttek létre. Keletkeztek még új köznyelvi szavak szórövidítésekkel és összevonásokkal (ilyen volt többek között a téesz), a munkásmozgalmi rétegnyelvből átvett szavakból (agitátor, aktíva, szocializál stb.). A munkásmozgalmi rétegnyelv szívesen tett a köznyelv részévé katonai és sportrétegnyelvi elemeket is. A köznyelv részévé lettek a kommunista mozgalom idegen eredetű szavai is (például apparátus, agrár) vagy tükörfordítású szavak (erre példa az úttörő). Egyes szavaink a diktatúrának köszönhetően jelentésváltozáson is átmehettek. Átalakult a harmincas években a népi írók által meghonosított orosz eredetű kulák szó jelentése is, és gazdag paraszt jelentését kiterjesztve már egy egész életformát jelölt meg a későbbiekben. Így jöhetett létre a béke mint előtag felhasználásával egy olyan anakronisztikus fogalom, mint a békeharc.

A *társadalmi és épített környezettel kapcsolatos nyelvi változásokkal* foglalkozó fejezetből megtudhatjuk, hogy miként változtak a köszöntésre, a nyelvi tiszteletadásra használt szavak, miként változtak a helynevek, milyen intézményi névváltoztatások, új intézménynevek bevezetése formálta át nyelvünket. Ez a kötet utolsó érdemi fejezete – véleményünk szerint ugyanis a VIII. fejezetként kezelt A köznyelv politikai töltésű szavai és kifejezései a korabeli nyelvészeti szakirodalomban című rész inkább tekinthető függeléknek, a tanulmány jobb megértését segítő fogalomtárnak.

A kötettel szemben kevés kritika fogalmazható meg. Az egyik legfontosabb, hogy kissé „alulszerkesztett”, és ezért néha az az olvasó érzése, hogy inkább egy doktori értekezést olvas, mint egy kiforrott monográfiát. Ennél azonban lényegesebb, hogy Jobst Ágnes könyve az 1945 utáni magyar médiatörténelem új szemléletű megközelítése. A kötet bizonyíték arra, hogy a történettudományban, a tömegmédiá megjelenése utáni időszakra vonatkozóan, elsősorban interdiszciplináris módszerekkel lehet új eredményeket felmutatni. Hozzásegíthet ahhoz, hogy a „hivatalos” történettudomány is elfogadja: a 20. század második felétől a médiát elsőrendű történelmi forrásként kell kezelni, ám elemzéséhez megfelelő módszereket kell alkalmazni, azaz nem elegendő „csak úgy” olvasgatni. *(Jobst Ágnes: A nyelv kisajátítása. A második világháború utáni média elemzése szótárral és szövegmutatványokkal. /Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához, 109./ Budapest: Tinta, 2010, 167 oldal, 2100 Ft.)*



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](#)

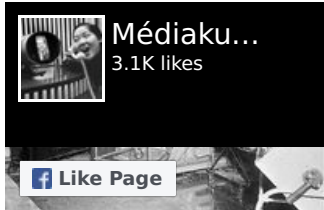
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

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

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

[Infokommunikáció és jog](#)



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