

Gayer Zoltán

Mi a média?

Javaslat egy új médiatipológiára

Tanulmányomban amellet érvelek, hogy az internetről nem érdemes médiumként beszélni. Médiumoknak az internet *csatornája* révén működő alkalmazásokat és weboldalakat kell tekintenünk. Meghatározásom szerint a médium egy adatállományhoz köthető, algoritmusalapú kódolási rendszer. E gondolatmenetet tágabb keretbe helyezem, és kidolgozok egy olyan kategóriarendszert, amelynek segítségével minden – régi vagy új – médium egyaránt meghatározható.

Kulcsszavak: algoritmus, internet, Facebook, média, médium, televízió, TikTok, rádió

What is a Medium?

This paper argues that the internet is *not* a medium. Rather, one should consider media the applications and websites the internet is a *channel* for. It defines a medium as an algorithm-based encoding system linked to a data structure. It also suggests a typology to define all media, old and new.

Key words: algorithm, internet, Facebook, media, medium, television, TikTok, radio

1. Médium-e az internet?

Világszerte a *közösségi média* kifejezést használjuk az interneten működő közösségi oldalakra anélkül, hogy definiálnánk, az internet maga is médiumnak tekinthető-e.

Állíthatjuk-e, hogy a Facebook vagy a Youtube önálló médium? Ha igen, milyen alapon? Lehetséges-e (és milyen egyéb példái vannak), hogy az egyik médium magában foglalja vagy közvetíti a másik médiumot? Egyáltalán: mi a médium? Mielőtt meghatároznánk, mit tekinthetünk médiumnak, a probléma felvetéseként érdemes azt a kérdést körüljárni, hogy az internetet miként kezeli manapság a kommunikáció- és médiatudomány szakirodalma.

Nehéz lenne felsorolni is mindazokat a tanulmányokat, cikkeket, amelyekben az internetet *médiumként* azonosítják. Obiageli Pauline Ohigau (2011: 3) például úgy fogalmaz: „Valójában az internet nemcsak tömeg-médium, hanem globális médium is, amely képes a világon mindenkit elérni.”¹

Richard Campbell és munkatársai (2012: 11) szerint:

A média szó a latin médium szónak a többes száma, amely egy olyan köztes entitás, amelyen keresztül valami közvetítésre, továbbításra kerül. A televízió, az újságok, a zene, a filmek, a magazinok, a könyvek, a hirdetőtáblák, a rádió, a műholdak és az internet mind a média részei; és ezek mind képesek előállítani felemelő dolgokat, vagy éppen kielégíteni a társadalom legalantasabb vágyait, előítéleteit és sztereotípiáit.

Mellettük még nagyon sokan határozzák meg így az internetet (lásd még például Bush et al. 2002, Hanson 2005, Kraidy 2009). Ennek ellenére már az 1990-es években megjelentek azok a megközelítések is, amelyek az internetet egészen különböző típusú kommunikációk lefolytatására szolgáló *csatornáként* azonosítják (lásd például December 1996). Így tehát bár közkeletű a vélekedés, hogy az internet korunk fő, meghatározó médiuma, én amellet fogok érvelni, hogy az internet nem médium, hanem csatorna.

Érdekes megkülönböztetni egymástól az internetet és a World Wide Webet (WWW). Az internet gépeket összekötő hálózatok globális hálózata, amelynek technológiai alapja az IP protokoll. A World Wide Web az interneten működő szoftveres megoldás, amely a Hyper Text Transfer Protocolt (HTTP) követi, és a lényege a weboldalak tartalmának összekötése hiperlinkek segítségével (UKEssays 2018). Az internet csatornáját azonban még számos más szabvány használja, így például az e-mailezés az SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) szabványon alapul, de ilyen a közvetlen file transfer (FTP) is. Az internetet tehát önmagában nem tekinthetjük médiumnak, hanem e kommunikációkat kiszolgáló csatornának. Hiszen ahogyan a telex két végpontját összeköti egy kábelrendszer, úgy az internet is egy sajátos protokollal rendelkező kábelrendszer, amelynek szabályait alkalmazva bárki használhat különféle adathoz köthető szolgáltatásokat. Véleményem szerint azonban a WWW sem tekinthető önálló médiumnak, sokkal inkább egy hálózatnak, amely összeköt weboldalakat, azaz tartalmakat. Ha a WWW-t médiumnak tartanánk, az olyan lenne, mintha a könyvek lábjegyzeteinek egymásra utalásait egy külön médiumnak látnánk. Ezek valójában hálózatok.

Ennek ellenére a világhálót azért tekinthetjük olyan jelentőségű „felfedezésnek”, mint a könyvnyomtatást, mert az internet csatornája révén létrejött médiumok sokaságának ténye világít rá arra, hogy eljött *a médiumok kora*.²

1 Az idegen nyelvű szövegeket saját fordításomban közlöm, kivéve, ahol ezt külön jelzem – a szerző.

2 E tanulmány azt fogja megmutatni, hogy megszámlálhatatlanul sok médium jött létre a számítógépek és az internet révén, így már nemcsak egy behatárolható mennyiségű médium vesz körül minket, hanem végtelen sok médium befolyásolja az életünket – ezért jellemzem úgy az internet óta elindult korszakot, hogy „a médiumok kora”. A média és a médium kifejezést alapvetően a latin használatnak megfelelően használom (médium: egyes szám, média: többes szám), de ettől eltérően, amikor több konkrét médiumról beszélek, akkor e konkrét médiumok esetében a „médiumok” szót fogom használni.

2. Mi a médium? Mi a média?

Nincs egyértelmű, mindenki által használt definíció a médiára, sőt egészen eltérő megközelítéseket találunk. John Redmond McMullan (2015: 16) így ír erről: „A »médium« fogalmának a médiaelméletben használt definíciója korántsem egyértelmű, és sokévtényi használata során rengeteg megvalósulást és alkalmazást látott.” Érthető a zavar a média meghatározásában, hiszen a technológia fejlődésével, különösen a digitizációval számtalan új médium jelent meg, amelynek lekövetése a hagyományos – vagyis az anyagszerűsége és az eszközre koncentráció – médiadefiníciókkal szinte lehetetlenné vált. Ahogyan Lev Manovich (2001) fogalmaz:

A tömegmédia termelési, tárolási és elosztási eszközei nagy részének áthelyeződése a digitális technológiákba, valamint ugyanezen eszközök egyéni művészek általi elfogadása egyaránt megzavarta a hordozó anyagon és befogadási feltételeken alapuló hagyományos megkülönböztetési módot, és a jóval újabb, az elosztási modellekre, a befogadási és kiállítási módszerekre, valamint a javadalmazási rendszerekre épülő kategóriákat.³

Hogyan határozzuk tehát meg a médiumot a 21. században, az internet korában? David Bolter és Richard Grusin nagy hatású művében (1999) a média meghatározására egyszerű megközelítést ajánl: médium az, ami remedializál:

Birtokba veszi más médiumok technikáit, formáit, azok társadalmi jelentőségét, és a valós nevében megkísérel versenyre kelni velük, vagy megpróbálja átformálni őket. A médium a mi kultúránkban soha nem működhet elszigetelve, mivel a többi médiummal a tiszteletadás és a rivalizálás révén folyamatos kapcsolatot tart fenn.⁴

A szerzőpáros állításának lényege, hogy minden újonnan létrejövő médium korábbi médiumokat remedializál, vagyis létrehoz egy újat, amely még közelebb áll a valósághoz. Érvelésük szerint csak néhány korábbi médium lehetett olyan, amely nem valamely egyéb médiumot formál át – ilyen a zene, a festészet –, de manapság bármely médiumot megérteni csak abban a folyamatban és kontextusban lehetséges, ahogyan az újonnan létrejövő médium megjelenít, magában foglal, magába olvaszt korábbi médiumokat. Az állítás illeszkedik Marshall McLuhan (1965: 10) gondolatmenetéhez, amelyben azt állítja, minden médium tartalma egy másik médium. A remedializáció gondolata igen sok szerzőt megihletett, de minket kevésbé visz előre annak eldöntésében, hogy mit tekintünk médiumnak, hiszen Bolter és Grusin (1996: 46–47) szerint például nemcsak a Word Wide Web remedializál, azaz médium, hanem a számítógépet is ilyen eszköznek tekintik:

A jelenlegi világháló nagy része a régebbi formákat is remedializálja anélkül, hogy megkérdőjelezte volna őket ... A világhálón viszont inkább a televízió, mintsem a mozi van remedializálva.

Ugyancsak Bolter és Grusin máshol (2011) így fogalmaz:

A számítógép csak ezután vált médiummá, mivel csak ekkor léphetett be az üzleti szféra társadalmi és gazdasági keringésébe, és csak ekkor tudta felváltani a mára már eltűnő írógépet.

³ KissPál Szabolcs fordításában.

⁴ Babarczi Katica fordítása.

Mivel az én célom e tanulmánnyal az is, hogy a médiumok típusait és struktúráját meghatározzam, velük szemben én úgy érvelek, hogy nemcsak a World Wide Web nem tekinthető médiumnak, hanem a számítógépet sem tekinthetjük annak, mivel ez utóbbi sokkal inkább egy eszköz, amelyen médiumokat használunk (lásd később).

A médiumok kategorizálására viszont jó kiindulópont lehet Marie-Laure Ryan megközelítése, amelyben megkülönbözteti az úgynevezett *expresszív médiumokat* és a *kommunikatív médiumokat*, miközben e két funkció a legtöbbször keveredik is egy-egy médiumban (Ryan idézi McMullan 2017: 22). Az előbbiek a médiumon belüli jelentésalkotásról szólnak, az utóbbiak pedig azzal foglalkoznak, hogy jelentést adjanak át valaki másnak, aki osztozik a médium nyelvi rendszerének megértésében.

A Ryan médiakategóriáit ismertető John McMullan kidolgozott egy elméletet arra, hogy az egyes média-típusok milyen képességre hagyatkoznak. Ő ennek érdekében megalkotja az alap-technológiák (*foundation technologies*) elméletét, összekötve minden alaptermékkel azok előzetes rátermettségét (*proto-affordance*), és így különböztet meg négyféle technológiát, velük járó rátermettséget és ezzel médiatípust is.

Az alkotási megalapozó technológia (*'artefactual' foundation technology*) volt az első, amelynek révén az emberi gondolatok műtárgyak formájában el tudtak válni a közlőtől. Az ilyen technológiai alapokon nyugvó médiumok az emberi test által működnek, amihez a technológiát a korabeli eszközök biztosították. Az e médiumok által létrejövő műtárgyak megalkotása során az alkotó a technológiákat többnyire eszközként használja – például toll, ecset, véső –, de azok létrejöhetnek pusztán fizikai eszközökkel is, például az agyagedények kézi formázásakor. Az ilyen technológiának sajátos „rátermettsége” az elválaszthatóság (*separability*), vagyis az, hogy a közlemény az egyéntől függetlenül is létezik, befogadható, értelmezhető. Ezek elosztása, átvitele csak fizikai módon lehetséges, például sétálással.

A mechanikus megalapozó technikák a gépek megjelenésével jöttek létre, és ezekre új típusú médiumok alapozódnak. A mechanikus megalapozó technológiák lényege, hogy valamilyen eszközön keresztül erőt vesznek igénybe – ez lehet természetes erő, mint a szél, vagy a sűrített levegő és az üzemanyag elégetése, vagy akár emberi erőfeszítés –, s az, hogy mindegyikük mechanikus energiát fordít át valamilyen emberi szükséglet megvalósítására. Az ilyen technológián alapuló médiumok előzetes rátermettsége a reprodukálhatóság (*reproducibility*). E médiumok közé tartozik a nyomtatás, a fényképezés, a fonográf is.

Az elektromos megalapozó technológiák alapja az elektromosság, és ennek a megalapozó technológiának a képessége az azonnaliság (*instantaneity*). Ide tartozik a távirón és a telefonon kívül a rádió és a televízió is, minthogy ezek mind az azonnaliságot biztosítják, amit csak az elektromosság révén képesek megvalósítani. McMullan (2017: 294) szerint:

A távirótól a telefonon át a rádióig, a televízióig és a videóig az elektromosság új alap-technológiája az azonnaliság (*instantaneity*) egyedülálló előzetes-rátermettségével re-medializálta és megsokszorozta a meglévő médiumokat.

Végül a negyedik megalapozó technológia a digitális technológia. Ennek a lényege a számíthatóság (*computability*), amely megalapozza azt, hogy az üzenet tartalma programozható legyen, miáltal a médium tárgyai algoritmikusan manipulálhatóvá válnak. Ebben az esetben a digitális jelleg mint technológia lehetővé teszi hardver és szoftver létrehozását, amelyek támogatják a számításon alapuló kifejezést (*expresszió*) és a kommunikációt.

McMullan korábbi doktori értekezésében, majd későbbi tanulmányában is amellet érvel, hogy a számíthatóság alapozza meg az olyan új típusú médiumok létrejöttét, mint a Youtube (McMullan 2015) vagy a Skype és a Spotify, illetve a hozzájuk hasonló szolgáltatások (McMullan 2017). S bár McMullan rendszere meglehetősen stabil eligazítást nyújt a médiumok bizonyos fajtái között, számos médium meghatározását nem teszi lehetővé. Így például nem világos, hogy a beszéd, a tánc vagy a színelőadás médiuma hova lenne sorolható e megközelítés alapján, ahogyan az sem, hogy érdemes-e megkülönböztetést tenni a médium hordozója és megjelenítője között (például magnószalag/hangfelvétel). Én úgy látom, az ő elgondolásait érdemes ötvözni John Fiske még 1982-ben született, sokat idézett médiameghatározásával, ő ugyanis a fentieknél is szisztematikusabban kategorizálja a médiumokat.

Bár az eddigiek után világos, hogy a digitális médium megértésére Fiske (1990: 18) megközelítése nem lesz alkalmas, hiszen meghatározásában a médium az üzenetek továbbítható jelekké konvertálásának technikai vagy fizikai eszköze, elméletének kombinálása a digitális médiumokról szóló fentebbi gondolatmenettel hasznos lehet.

A médiumokat Fiske három nagy részre osztja:

1. *Prezentációs médiumok*: ilyen a hang, az arc, a test, amelyek a beszélt szavak, gesztusok, kifejezések természetes nyelvét használják. Ezek feltételezik a kommunikátor jelenlétét, miáltal a kommunikátor maga válik médiummá. Ezek a Fiske által kommunikációs aktusoknak nevezett jelenségek az „itt és most”-hoz vannak kötve.
2. *Reprezentációs média*: ezek – például a könyvek, a festmények, a fotók, az írás, az építészet, az interior design vagy akár egy megtervezett kert is – további emberi tevékenység nélkül is léteznek. Kulturális és esztétikai konvenciókat használnak „szövegek” létrehozására. Sokszor olyan szövegeket alkotnak, amelyek adott esetben az első típusú média rögzített formái, ugyanakkor függetlenné tudnak válni az első típusú médiától, vagyis nem szükséges hozzájuk a kommunikátor jelenléte. Ezek – Fiske megfogalmazásában – a kommunikáció „munkáit” valósítják meg.
3. *Mechanikus média*: ezek az első kettő kategóriába tartozó médiumok közvetítői, így például a rádió, a televízió, a telefon, a mozi. A legfontosabb különbség nála a reprezentációs média és a mechanikus média között abban rejlik, hogy az utóbbit mérnöki tudással hozzák létre, és így nagyobb technológiai korlátai vannak, s nagyobb benne a zaj.

Ha végiggondoljuk, Fiske egyik fenti meghatározása szerint sem lehet médium az internet. Az első két kategóriába nyilvánvalóan nem illik, így ezeket nem is részletezem, de a Fiske által leírt mechanikus média definíciója alapján sem tűnhet az internet médiumnak, hiszen nem közvetíti az előző kettő média egyikét sem. Azt ugyanis a honlapok (hvg.hu, 9gag.com, youtube.com), az applikációk (Facebook, Instagram, TikTok, google maps, Időkép stb.) közvetítik az internet csatornájának segítségével.

Ezt az 1982-ben született meghatározást viszont nemcsak azért kell bírálnunk, mert az internet korában az újabb eszközök, tényezők már nem férnek bele e kategóriákba, hanem azért is, mert a tüzetesebb elemzés azt mutatja, hogy létrejöttek korábban sem volt teljesen következetes. Fiske rendszerének hiányosságaiból kiindulva a médiumok vonatkozásában felépíthető azonban egy olyan kategóriarendszer, amelynek segítségével minden médiumot meg tudunk határozni.

3. Egy új médiameghatározás felé...

Az 1. ábrán összegeztem Fiske különböző médiumokra vonatkozó besorolásait. Ha ezt megnézzük, több probléma is szembeötlő. Az egyik az, hogy miként kerülhet egy kategóriába az írás és az írásokat is tartalmazó médium, a könyv? A könyvet vajon nem a mechanikus médiába kellene sorolni, amely az első kettő média (tehát például az írások és a képek) közvetítője?

A fonetikus ábécével való írás önálló médium, mint ahogyan a beszéd is az,⁵ és ez a kettő különbözik is egymástól: ugyanazt a gondolatot másképpen fejezzük ki egy beszélgetésben, mint írásban. A könyv azonban éppen azért kellene, hogy a médiumok meghatározásában más kategóriába tartozzék, mint az írás, mert másfajta „írás” (pontosabban szöveg) kerülhet egy könyvbe, mint amilyen például egy újságba vagy egy emailbe – mint ahogy ez utóbbiak mind-mind eltérő médiumai a közlésnek, a gondolatok szervezésének.

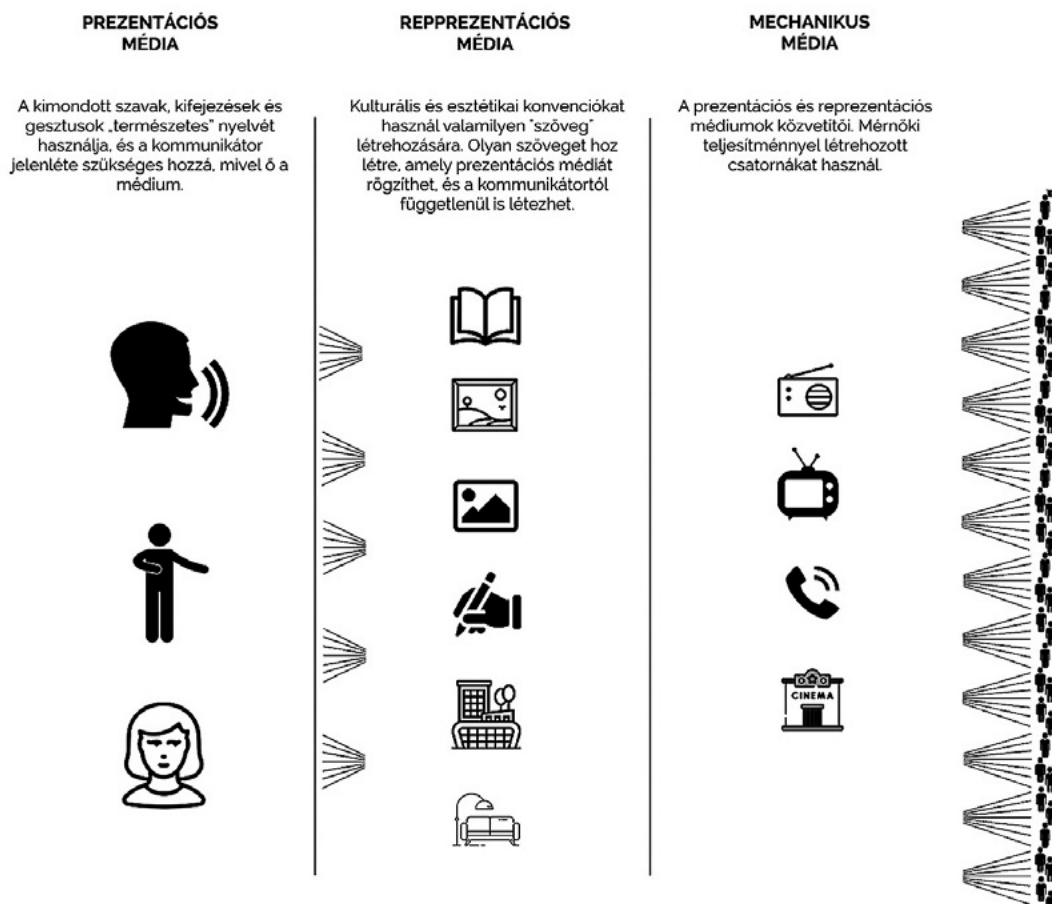
Gond az is, hogy Fiske kategóriarendszeréből több tényező hiányzik, például az újság médiuma. Ez talán abból fakadhatott, hogy nehéz lett volna akár a reprezentációs, akár a mechanikus médiumok közé besorolnia, hiszen az újság kettős természetű: egyrészt közvetítője egyéb médiumoknak (írásoknak, képeknek), tehát mechanikus médium lehetne, mégsem „mérnöki tudással hozták létre”. És persze lehetne reprezentációs médium

5 Az írást és a beszédet például McLuhan (1964) is egymástól eltérő médiumként határozta meg, de számos más szerző is különálló médiumként beszél róluk – lásd például Barbier és Bertho Lavenir (2004: 13).

is, hiszen esztétikai konvenciók alapján alkot szövegeket, amelyek elválaszthatók az alkotóktól, azaz nélkülük is befogadható. A probléma azonban – a könyvhöz hasonlóan – az, hogy láthatóan eltérő minőségű médiumok kerülnek egy kategóriába: hogyan lehetne egy szinten maga a kép és az írás médiuma, valamint az azokat közlő másik médium, az újság? Az újság írások és képek szerkesztett, sajátos formában közlő médiuma – ahogyan a televízió adása szerkesztett közlése a mozgóképes felvételeknek és az élő adásoknak. Véleményem szerint tehát a könyvet és az újság médiumát abba a kategóriába kellene besorolnunk, ahol a televízió is van.

1. ábra

A médiumok struktúrája Fiske szerint



Forrás: saját ábra⁶

Emellett szerintem helytelen magát a hangot vagy az arcot úgy médiumnak tekinteni, ahogyan Fiske teszi. Fiske ugyanis azt mondja, hogy a test a médiuma a közlésnek, és ezen belül különbözteti meg a test fenti három tényezőjét mint különálló médiumokat. Szerintem azonban a hang, az arc és a test csak különböző médiumok eszközei, e médiumok *megjelenítési felületei*, de nem maguk a médiumok. Médium a beszéd, amelynek megjelenítési eszköze a hang, médium a mimika, amelynek eszköze az arc, médium a testbeszéd, amelynek eszköze a test. Észre kell például venni, hogy a beszéd megnyilvánulhat más, mesterséges módszerrel, például hangszórón keresztül is. Ebben az esetben a hangszóró sem médium, hanem eszköze egy médiumnak.

6 Minden ikon az ábrán a Flaticon oldalról származik, a teljes köszönetlistát a prezi prezentációban teszem közzé, amelyet itt lehet megtalálni: <https://prezi.com/p/-idc8dsljnam>

A kocsmai WC-helységeken található sajátos médium a falfirka, amelynek eszköze a WC fala, de itt sem a fal a médium; az csak megjelenítési eszköze a falfirka médiumának. A szobrászat esetében sem érdemes a követ médiumnak tekinteni, mert a szobrászat maga a médium, amelynek eszköze, anyaga lehet a kő, a fa vagy a vas is, mégis mindegyik szobrot eredményez. Nem a kő tehát a médium, hanem a szobrászat, az írás, a rajz. E logika alapján a rádiónál a rádiókészüléket látnánk médiumnak és nem a rádió összetett rendszerét, hanglemeznél a lemezjátszó lenne a médium, és nem a hanglemez összetett rendszere, és a Youtube médiumánál óhatatlanul a számítógépet vagy az okostelefont határoznánk meg médiumként. Ezek azonban véleményem szerint bár részei a médiumnak, de csak mint megjelenítési eszközök, s nem ezek maguk a médiumok.

A fentiek mellett több más tényező besorolása is lehetetlennek tűnik Fiske rendszerében, amelyek közül néhányat összeszedtem (lásd a 2. ábrát). Hová tartoznak például a videofelvételek? A filmek? A rögzített hang vagy az ezek lejátszására alkalmas eszközök, például a számítógép, az okostelefon? Ezek médiumok-e, vagy csak részei egy-egy médiumnak? Hova sorolnánk be a színházi előadást, a kiállítást, a zenélést, magát az internetet, az előadóművészetet? Vagy hol helyezkedne el Fiske rendszerében a blog médiuma?

2. ábra
Hiányzó jelenségek Fiske rendszerében



Forrás: saját ábra

Úgy gondolom, hogy a hiányzó jelenségeket nem tudjuk kellő bizonyossággal besorolni Fiske rendszerébe, ezért én egy másik felosztást javaslok, amely reményeim szerint minden médiatípust képes értelmezni. Mielőtt azonban így tennénk, érdemes megfontolni Lev Manovich (2013: 26) gondolatait. Ő itt médiaszoftverekről beszél, és azt mondja, hogy e kategória – amely alkategóriája az alkalmazási szoftvereknek, az pedig a szoftvereknek – tagjai médiumok. Meghatározása szerint:

A médiaszoftverek programok, amelyek arra valók, hogy létrehozzanak médiát, vagy médiatárgyakkal és -környezettel lépjenek kapcsolatba ... A médiaszoftverek lehetővé teszik, hogy publikáljunk, megosszunk, remixeljünk különböző fajta médiát (képet, mozgóképet, 3D formákat, karaktereket, tereket, szöveget, térképet, interaktív elemeket), és velük párhuzamosan az ezen elemeket használó változatos projekteket és szolgáltatásokat.

A szoftvermédium Manovich (2013: 212) szerint két tényezőtől áll: adatstruktúrából és algoritmusból.

Az alkalmazásszoftver által meghatározott és a felhasználók által tapasztalt „médiium” egy adott adatstruktúra és az abban tárolt tartalom létrehozására, szerkesztésére és megtekintésére szolgáló algoritmusok párosítása.

A szövegszerkesztő médiiuma például a bevitt szöveg kódolt adatállományához társít olyan algoritmust, amelynek segítségével e kódolt adatállomány nézhető, szerkeszthető, befogadható „dokumentummá” válik. Ezt a megközelítést könnyű belátni a szoftver médiiumok esetében. Én ugyanakkor úgy gondolom, hogy kiterjesztve alkalmazható lesz a korábbi médiiumokra is.

4. A médiium meghatározása

Ha azt keressük, mi a közös az összes általunk ismert médiiumban, vagyis például a beszédben, a könyvben, a hirdetőtáblában, a színielőadásban, a moziban, a fényképben, a televízióban, a Youtube-ban, a kézírásban, a hanglemezen és a levélben, akkor három tényezőt találunk. A médiium egyrészt mindig rendszerszerű működést jelent. Másrészt mindig találunk a folyamatban adatokat vagy forrásul szolgáló adatbázisokat, amelyek lefordításra vagy közvetítésre kerülnek. Harmadrészt ez a konverzió, fordítás, adatváltás mindig egy eljárásrenden, másképpen algoritmuson nyugszik, amely – algoritmusos jellege miatta – megismételhető.

Összegezve a közös vonásokat, *a médiiumot adatbázishoz rendelt jelközvetítő algoritmusok rendszereként* határozhatjuk meg.

Működése során a médiium egy bizonyos adatállományból hoz létre (fordít le, tesz olvashatóvá, befogadhatóvá) egy másikat, ami az adott jelkészletekből való szelekció révén valósul meg. Mivel a kódoláson jeleknek az egyik jelrendszerből egy másik jelrendszerre való, algoritmus-alapú lefordítását értjük, azt is mondhatjuk, hogy *a médiium a jelek kódolásának rendszere*.

E megközelítésében többféle médiium létezik, így a *kommunikációs médiiumok* mellett vannak *adatmédiiumok*, *vezérlő médiiumok* és *másfajta médiiumok* is. Ebben a tanulmányban főként a kommunikációs médiiumokkal foglalkozom, és csak utalásszerűen beszélek másfajta médiiumokról.

A kommunikációs médiiumok a fentebb vázolt folyamatok révén többféle célt is szolgálhatnak: mivel a médiium egy olyan összetett rendszer, amely valamilyen adatforráshoz vagy adatbázishoz (üzenet, tartalom) kapcsol egy kódolási algoritmust, ennek révén az adatok (üzenetek) *interpretálása, rögzítése, elosztása/továbbítása*, valamint *bemutatása* válik lehetővé.

4.1. Az algoritmus

Mint a fenti meghatározásból látszik, a médiiumot alapvetően az informatikában használatos fogalmak segítségével definiálom, aminek több oka is van. Egyrészt az a célom, hogy minden médiiumot értelmezni tudjunk, köztük a gépi algoritmusokat használókat is.⁷ Ennek érdekében – visszafelé kiterjesztve – közös alapot úgy tudunk létrehozni, ha az emberi tevékenységeket is a számítógépes algoritmusokhoz hasonló folyamatokként fogjuk fel. Világos ugyan, hogy az emberi tevékenységek tökéletesen nem algoritmizálhatók, de jó közelítéseket szinte mindegyikre létre tudunk hozni.⁸ Az algoritmusos jelleget nemcsak Manovich fogalmazza meg saját

7 A Youtube például a felhasználónak felkínált tartalmak kiválogatásához gépi, tanuló algoritmusokat használ, amelyek megtanulják az adott felhasználó ízlését.

8 Gondoljunk csak az egyik legnehezebben digitalizálható folyamatra, az emberi gondolkodásra, és annak egyik speciális megnyilvánulására, a szövegfordításra! Manapság már egészen hatékony online fordítóprogramok léteznek, amelyek jól működő algoritmusokon, azaz eljárások meghatározott rendjén alapulnak. Algoritmusalapúnak tekintem tehát a gépi fordítást, és azt is, amikor egy ember fordít le egy szöveget, hiszen az emberi fordítás is egy meghatározott eljárásrenden alapul – ezt az eljárásrendet tanítják meg nekünk, embereknek a nyelvtanárok.

médiumdefiníciójában, hanem Lisa Gitelman (2006: 7) is hasonlóan gondolkodik, csak ő a protokoll kifejezést alkalmazza:

Én úgy definiálom a médiát, mint a kommunikáció társadalmilag megvalósított struktúráit. A struktúra magában foglalja mind a technológiai formát, mind a velük kapcsolatos protokollt. A kommunikáció itt egy olyan kulturális gyakorlat, amelyben a hasonló mentális térképen található emberek ritualizált keretek között találkoznak, és megosztanak, illetve átélik az ábrázolás népszerű formáit.

Gitelman úgy használja a *protokoll* kifejezést, hogy abban benne vannak a normatív szabályok, feltételek, megoldásmódok, használati viselkedésminták is. Így például a telefonáláshoz hozzátartozik a „Halló?“, a havi számlázási ciklus és a vezetékek és kábelek rendszere is, amely a telefonokat összeköti.

Én azért használom az *algoritmus* kifejezést a protokollal szemben, mert a protokoll csupán egy bevett eljárásrendet jelöl, míg az algoritmus ennél bonyolultabb, mert (akár ciklikus) folyamatokat jelöl. Ezért is helyesebb az újságírók algoritmusáról, mintsem protokolljáról beszélni, könyvkiadók által a megjelentetésnél alkalmazott algoritmusokról, mintsem csupán eljárási módokról – noha ez utóbbiak is mind jellemzik ezeket az intézményeket.

Manovich (2013: 207) is utal arra, hogy a korábbi médiatechnológiák is felfoghatók a digitális technológiák felől megközelítve:

Éppen ezért ahelyett, hogy azt mondanánk, hogy az anyagok adatstruktúrákká, míg az eszközök algoritmusokká alakulnak, helyesebb lenne azt mondani, hogy a szoftverben szimulált médium egy adatstruktúra és algoritmuskészlet kombinációja. Ugyanaz az adatstruktúra megosztható több médiumszimuláció között, de legalább néhány algoritmus egyedi lesz az egyes médiumokban.

Ráadásul Manovich is arra utal, hogy az algoritmus kifejezés itt nemcsak magára szoftverre vonatkozik, hanem arra is, ahogyan a felhasználói a médiumot használják.⁹

4.2. Adatforrás

Azért is használom az informatika szóképletét, mert sok nem üzenet-, hanem adatalapú médium is van, amelyeknél csak számítógépes algoritmusok határozzák meg a médium működését. Mivel e médiumokat is együtt szeretném kezelni a kommunikációs médiumokkal, az üzeneteket – amelyeket egy-egy médium közvetít – is adatoknak fogom fel, hiszen ezek szintén digitalizálhatók. Van vagy elméletileg lehetséges olyan eljárás, amellyel minden üzenetet adattá tudunk változtatni – tulajdonképpen ezt csinálja manapság minden digitális eszközünk: az üzeneteket (szöveget, képet, hangot) digitalizálja. Megközelítésemben tehát a kommunikációs médium mindig adatokhoz kapcsolódik, adatokat dolgoz fel, tárol, továbbít, és/vagy mutat be.

Egy-egy médium esetében a forrásul szolgáló adatok összessége többé vagy kevésbé határozható meg. Vannak olyan médiumok, amelyek teljesen meghatározott adatbázison alapulnak, és vannak olyanok, amelyeknek a forrása nyitott, vagyis nem listázható.¹⁰ A könyv médiuma esetében például ilyen adatforrásnak tekinthető az összes megírt vagy megírható, megírandó regény: bár nincs listánk hozzá, tehát ezek összessége adatbázisnak nem tekinthető, összességük mégis létezik, tehát elméletileg listázható lenne. A könyv médiumánál tehát a könyvet kiadó kiadóvállalatok munkatársai egy meghatározott módszeres eljárás, azaz algoritmus mentén azzal foglalkoznak, hogy a látókörükben lévő kéziratok közül kiválogassák (szelektálják) azokat, amelyek alkalmasak

⁹ Például a vektorgrafikus képek kezeléséhez nem a Photoshopot, hanem az Illustratorot nyitjuk meg.

¹⁰ Vagy a lista elkészítése túl nagy feladat lenne.

a közlésre, majd a közlésre megfelelők közül egyéb (gazdasági vagy kulturális) szempontok mentén kiemelik azokat a konkrét szövegeket, amelyeket könyvként ténylegesen ki is adnak.

Hogy egy másik példát is nézzünk: az újság médiuma esetében adatnak tekintem a feldolgozható és feldolgozott történeteket, az elkészített interjúkat, a szerkesztőséghez beérkező olvasói leveleket, a távirati iroda híreit is, amelyekre a szerkesztőség is adatforrásként tekint. Ezekből a szerkesztők és az újságírók egy többé-kevésbé meghatározható algoritmus mentén válogatnak, majd ezeket átalakítva/átírva hozzák létre az újságot, pontosabban annak egy-egy lapszámát napról napra. De ugyanígy adatnak tekintem természetesen egy közlekedésimenetrend-applikáció esetében azt az adatbázist is, amely a buszok és az egyéb tömegközlekedési eszközök indulási időpontjait tartalmazza. Az utóbbi adathalmaz jól meghatározható, így ezt adatbázisnak nevezem, az előbbieket azonban képlékeny mivoltuk miatt adatforrásnak, adattengernek, adatállománynak, adathalmaznak, vagy – ahogyan Manovich használja a kifejezést – adatstruktúrának.

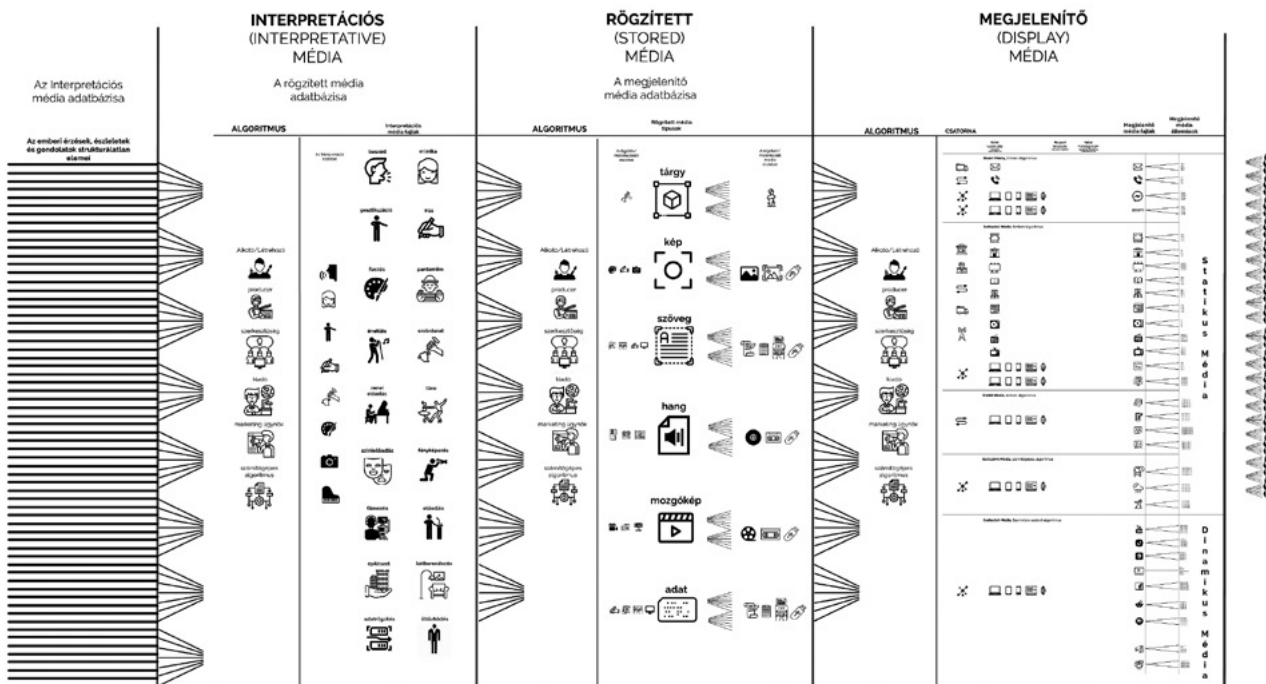
5. Médiatípusok

A kommunikációs médiumok igen sokfélék, mégis, ha rendszerbe szeretnénk foglalni őket, akkor a fenti kiindulások után véleményem szerint háromféle médiáról beszélhetünk. Ezek:

- az értelmező (*interpretációs*) média,
- a rögzített (*stored*) média és
- a megjelenítő (*display*) média.

Mindhárom esetben egy bizonyos adatbázison (adatforráson) alapulva meghatározott algoritmusok révén kerülnek adatok rögzítésre, megjelenítésre és/vagy továbbításra (lásd a 3. ábrát).

3. ábra
A médiumok struktúrája



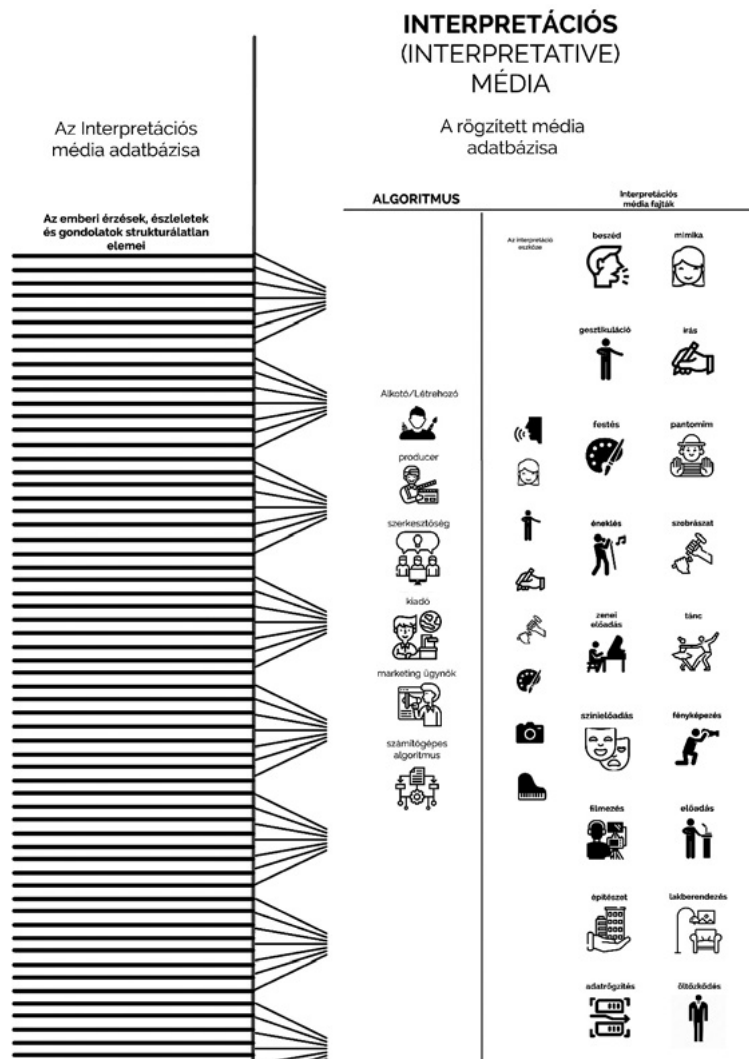
Forrás: saját ábra¹¹

11 Az ábra teljes megtekintéséhez és zoomoláshoz érdemes a preziben megtekinteni: https://prezi.com/p/j8xmpd_frvid

6. Az interpretációs média

Az első típusban, vagyis az interpretációs (értelmező) médiumokban az a közös vonás, hogy mindegyik médium az ember gondolatainak, érzéseinek, benyomásainak, közleményeinek mint adatoknak a lefordítása, kódolása, interpretálása mások számára is többé-kevésbé érthető, értelmezhető közlésekké. Ide sorolható a beszéd, az írás, a mimika, a zenélés, a színelőadás, a ruházat, a pantomim, és ide tartozik a szobrászat, a tánc, a fényképezés, az előadás, a lakberendezés és a fotózás, a filmezés is (lásd a 4. ábrát).

4. ábra
Interpretációs média



Forrás: saját ábra

Az interpretációs médiánál az adatforrást az ember gondolatai, érzései, az általa látott jelenségek, események, történések jelentik. Ezeket az alkotó valamilyen formában átalakítja, amivel mások (befogadók, használók) számára érzékelhetővé, felfoghatóvá teszi. Ennek a médiatípusnak tehát nem az a lényege, mint Fiske-nél, hogy csak az „itt és most”-ban, és csak a kommunikátor jelenlétében létezik (bár legtöbbször valóban ilyen), hanem az, hogy a médium itt az emberi gondolatok interpretálásában, lefordításában, megjelenítésében rejlik, ami enélkül, azaz e médiumok nélkül nem lenne lehetséges.

Az interpretációs média alapvetően úgy működik, hogy az emberi elképzelések megfoghatatlan világából az emberi test (az agyunk, a kezeink, a testrészeink) és egyéb eszközeink (például a tábla és az ecset, a fényképezőgép) segítségével spontán vagy tudatos módon interpretálunk, vagyis lefordítunk valamit, ezáltal üzenetet, közlést hozunk létre.

Az éneklés médiumával például teljesen máshogyan fejezheti ki magát az ember, mint a beszéd, az írás, a festészet vagy a színelőadás médiumával. Mindegyikben közös az, hogy az alkotó(k) gondolkodásmódja adja az algoritmust, de az is lényeges szempont, hogy maga a médiatípus már eleve meghatároz egyfajta algoritmust, amelyen belül az alkotó mozoghat.

Úgy gondolom, további magyarázatra szorulhat, hogy a filmezést, a festészetet, a fotózást, a belső designt vagy éppen a pantomimot mi köti össze a beszéddel vagy a gesztikulációval. Ennek az az oka, hogy ennél a médiatípusnál az alkotónak van egy elképzelése a világról, amelyet valamilyen módon (képek, rajzok, mozdulatok révén) ki szeretne fejezni. Amikor tehát a festő festi a képet, akkor interpretálja, lefordítja a saját érzéseit, és *ez az interpretációs folyamat maga a médium*, amelynek révén azok a gondolatok, érzések mások számára is érzékelhető, befogadható jelentésrendszerekbe kerülnek. Ugyanez igaz a fotózásra is. Amikor ugyanis a fényképezőgép elkészít egy képet, akkor a festőhöz hasonlóan ő is interpretálja a valóságot, hiszen beállítja a képet, megtervezi, kiválasztja a szereplőit, a háttérrel, manipulálja a témát, a színeket és a fényeket, egyszóval létrehoz a fényképezőgép mint eszköz segítségével egy mások számára is érzékelhető és értelmezhető közleményt (képet). Hasonlóképpen emberi gondolatokat interpretál az ember, amikor a ruházatával fejez ki valamit (mondjuk az identitását), és a szobrász, aki a kőbe vési bele gondolatait.

Az interpretációs média lényege tehát a belső gondolatok lefordítása mások számára érzékelhető közleményekké (adatokká), függetlenül attól, hogy ehhez az interpretátor használ-e valamilyen külső eszközt (rajzlapot és ceruzát, fényképezőgépet, kővésőt, hangszert), vagy a kifejezésre csak a saját testét használja eszközként (beszéd, előadás, tánc, színelőadás, pantomim).

A médiumok működése mindhárom fő médiatípusnál többféle algoritmuson is alapulhat, ami lehet az alkotó, a producer, a szerkesztőség, az ügynökség vagy egy gép algoritmus (lásd a 3. ábrát), de az interpretációs médianál alapvetően és legtöbbször az egyén gondolkodásmódja adja az algoritmust. Amennyiben azonban e médiumok más (lentebb tárgyalandó) médiumokba is átkerülnek, akkor az algoritmust sokszor nemcsak az egyén kreatív gondolkodásmódja határozza meg, hanem a később tárgyalandó médiumok tulajdonságai és azok működtetőinek gondolkodásmódja (algoritmus) is. Így az algoritmusok lehetséges meghatározói közé – az alkotó egyén algoritmus mellé – már itt érdemes besorolni a producereket, az ügynököket, a kiadókat és a számítógépes programok algoritmusát is. Vagyis egy példával élve: másképpen fog írni az, aki a saját személyes naplójába ír, mint az, aki úgy ír naplót, hogy azt egy könyvkiadó felkérésére teszi.

Az interpretációs média bizonyos típusai csak az „itt és most”-ban léteznek (ilyen a beszéd, a testbeszéd, a színelőadás), mások azonban hagynak is maguk után valamit, azaz magával az interpretációs folyamattal egyben rögzítésre is kerülnek (ilyen a belső design, a fotózás, a festészet, a szobrászat).

7. A rögzített (stored) média

A tárgy, a kép, a szöveg, a hang, a mozgókép és az adat sokféle materializált vagy nem materializált formában kerülhet eltárolásra, a tárolt változat a rögzített (*stored*) média. Nem minden interpretációs (értelmező) média válik rögzített médiává, de minden¹² rögzített média az értelmező médian alapul.¹³

A rögzített média maga is kódolás révén jön létre, hiszen adatfile-ba vagy szalagra a tartalom az adatok kódolása révén jut, ahogyan a festés, az írás maga is kódolási folyamat. A kódolt tartalom (az adat) később is visszaolvasható, lejátszható, visszakódolható: vagy valamilyen eszközzel (például CD lemez, videokazetta, MP3 hang esetén), vagy ha közvetlenül érzékelhető, akkor önmagában (tárgy, fizikai kép vagy szöveg esetén).

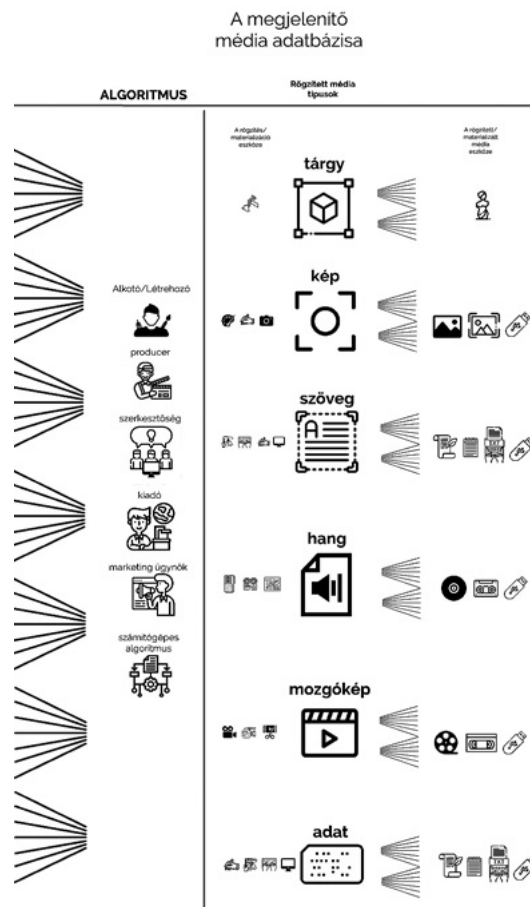
12 Kevés kivételtől eltekintve: amikor teljesen véletlenszerűen jön létre egy felvétel – például ilyen a bekapcsolva hagyott kamerák képe –, vagy általában az, aminek elkészítését nem valaki szándéka határozta meg.

13 Lásd: „Ez a minden médiára jellemző tény pedig azt jelenti, hogy minden médium tartalma valamely másik médium” (McLuhan 1964: 10).

A tánc- és a színházi előadás vagy a beszélgetés anélkül is médium, hogy létezne bármilyen rögzített változata. Ugyanakkor vannak olyan interpretációs (értelmező) médiumok is, mint például a rajz, a fotózás, a belső design, amelyek olyan eszközöket használnak, amelyek egyúttal a közlés, a kifejezés rögzítésével is járnak. A festő a festészet révén kifejezi, interpretálja érzéseit, gondolatait, ugyanakkor ez egyben egy rögzített formát is produkál (a festményt), hiszen a vásznon a festmény tőle függetlenül értelmezhető, befogadható formában is megmarad. Így ezek az interpretációs médiumok egyben rögzített médiumokká is válnak.

A hang rögzítésének is többféle médiuma létezik (hanglemez, magnókazetta, CD, adatformátum), és ezek egymással nem cserélhetők fel. A későbbi végeredményt és annak felhasználhatóságát ugyanis meghatározza, hogy a hangot milyen módon rögzítjük, és a végeredményt hordozó eszköz milyen tulajdonságokkal bír.¹⁴ A hanglemezre rögzített hangot például a későbbiekben semmilyen formában nem tudjuk megváltoztatni. Nem tudunk beleírni újabb hangokat, nem tudjuk megvágni, rövidíteni, effektekkel ellátni. Ezzel szemben egy magnószalagra rögzített hangot valamennyire meg tudunk változtatni, például rá tudunk venni egy közbeékelt felvételt, míg a digitális hangrögzítő programokkal rögzített hangfelvételeket a későbbiekben fel is tudjuk javítani (zajszűrés), élesíteni, effektelni, más felvétellel összemixelni, megvágni. Ezért már a rögzítéskor is másképpen gondolkodik az alkotó (az interpretátor), mint egy másik rögzített médium esetében (a típusokat csak piktogramokkal jelölve lásd az 5. ábrát).

5. ábra
Rögzített (stored) média



Forrás: saját ábra

14 Már önmagában az is számít például, hogy analóg vagy digitális módszerrel rögzítünk. A formátumok szerepéről lásd még Manovich (2013: 208).

A rögzített média nem csupán abban felel meg definícióknak, hogy rögzítéskor mindenképpen valamifajta kódolás történik,¹⁵ hanem a rögzített média maga is egy meghatározható adathalmazon alapul (az interpretációs médián), amelynek tagjaiból e médium létrehozói (az alkotók, a szerkesztőségek, a producerek, a kiadók és a gépi programok) valamilyen algoritmus mentén szelektálnak. Máshogyan gondolkodik az az író (más az algoritmus), aki gondolatai interpretálása révén egy könyvvé összeálló szöveget alkot, és ebben támogatja őt egy kiadó (netán a kiadó rendeli meg tőle a szöveget), mint aki csak saját maga számára, naplószerűen ír. Vagyis más az algoritmus annak, ahogyan egy könyv létrejön, mint ahogyan egy személyes napló.

Azért is érdemes külön médiumnak tekinteni a rögzített formátumot, mert a rögzített média darabjai egymástól eltérő megjelenítő médiumokban is „lejátszhatók” (lásd később).

Rögzített médiáról beszélünk akkor is, amikor a rögzítés (megfogás, kódolás) élőben zajlik. Vagyis bár például egy messenger-hangbeszélgetés során nem keletkezik olyan rögzített adatállomány, amely megőrzésre kerülne bármely eszközön, de még jellemzően a szolgáltatónál sem, mégis maga a kódolás folyamata, amelyet ez a médium elvégez, ugyanúgy lezajlik, vagyis a video- és hangfile létrejön. Ez a file adategységek formájában a csatorna segítségével átjut az egyik készülékről a másikra, azt a másik készüléken megtalálható dekódoló egység visszafordítja hangfile-formátummá, majd a file automatikusan törlődik is a gépről. Ilyen élő jellegű „rögzítés”-ről beszélhetünk a telefonbeszélgetés esetén is, videochateléskor, illetve bármely más élő formánál. Nincsenek ténylegesen tárolt adatok, de maga a médiafolyamat itt is lezajlik.

Minden rögzített médium tartalma lehet megjelenítő médiumnak, de bizonyos rögzített médiumok alkalmasak az üzenetek közvetlen megjelenítésére is (például a tárgyak, a fizikai kép vagy a szövegek).

8. A megjelenítő (display) média

Minden megjelenítő média tartalmát a korábban tárgyalt (interpretációs és rögzített) médiumok adják, így minden ilyen médiumot együtt, egy rendszerben érdemes kezelnünk a korábban tárgyalt médiumokkal. Általánosságban a megjelenítő média az interpretációs média rögzített változatának az adathasználóhoz való eljuttatásának, bemutatásának és működtetésének a médiuma.

A kommunikációs területen a megjelenítő média elosztja/kiválogatja (eljuttatja a használóhoz) és lejátssza/bemutatja az interpretációs média rögzített vagy élőben kódolt tartalmait. A levél, a televízió, a Facebook és a galéria is mind megjelenítő médium. Mindegyiknél létezik egy forrásul szolgáló adatbázis vagy adathalmaz, amelyből a média tartalomgyártói válogatnak, szelektálnak, és azt megjelenítik mások számára.

A megjelenítő médiumokat sokféleképpen lehet felosztani, és sokféle létezik belőlük (lásd a 6. ábrát).

8.1. Statikus és személyre szabott médiumok

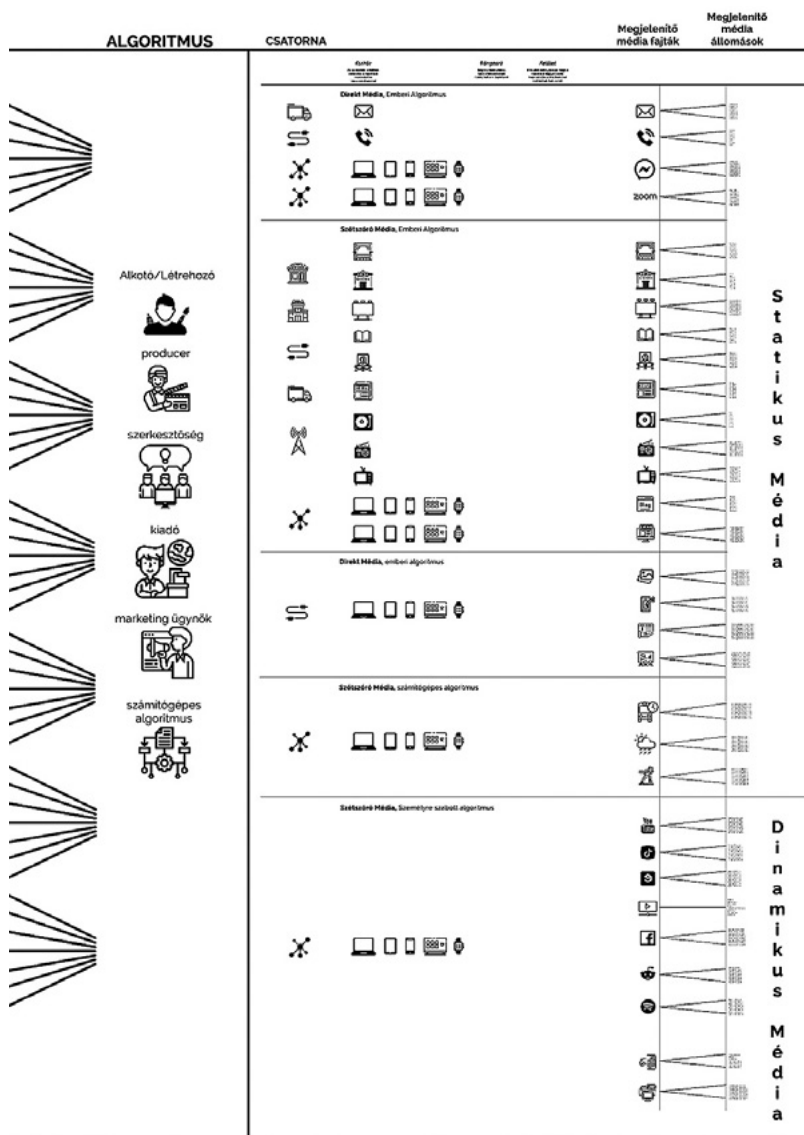
A megjelenítő médiumok sokaságát többféle módon lehet kategóriákba sorolni; ezek között az egyik legfontosabb szétválasztási szempont a médium *statikus* vagy *dinamikus* mivolta.

A televízió, a rádió, az újság, a mozi, valamint az online újságok, blogok *statikusak* abban az értelemben, hogy minden egyes felhasználójuk (nézőjük, hallgatójuk, olvasójuk) számára pontosan ugyanazt a tartalmat mutatják, mint a többinek.

Velük szemben a személyre szabott vagy – másképpen – *dinamikus* médiumok használata során a használók eltérő tartalomkínálatot/szövegeket kapnak, amelyet személyre szabó algoritmusok hoznak létre. Ilyen a Facebook, a Youtube, a Tik-Tok, az Instagram, a Reddit és a Google is.

¹⁵ A kódolás algoritmus mentén történő szelektációs mechanizmus. A bejövő adatokat minden kódolásnál úgy fordítjuk át más fajta adatokká, hogy a másik fajta adatbázisból kiválasztjuk azt a jelet vagy azokat a jeleket, amely vagy amelyek megfeleltethetők a bejövő jelnek, és helyettesítjük velük. Az algoritmus azt adja meg, hogy mely jeleknek milyen másik jelek felelnek meg.

6. ábra
Megjelenítő (display) média



Forrás: saját ábra

8.2. Szétszóró és direkt megjelenítő médiumok

A megjelenítő médiumok között más tekintetben is érdemes különbséget tenni. Vannak közöttük olyanok, amelyek tömeges tagjai között szórják szét üzeneteket/adatokat; ezeket hívhatjuk szétszóró (*spreader*) médiumoknak (ilyen a színház, a televízió, a rádió, az újság, a könyv, a kiállítás, a hanglemez, a mozi, a hirdetőtábla, a Youtube, a Facebook).

A színház a színelőadásosok kiválogatásának és bemutatásának szétszóró megjelenítő médiuma. Ennél a médiumnál az adatbázis a lehetséges színelőadások sora, amelyből az intézményszerűen működő színház a maga algoritmusával (szervezeti rendszere, kiválasztási szempontjai, döntéshozatali mechanizmusai) révén kiválaszt és bemutat konkrét darabokat. A könyv és az újság esetében a kiadók és a szerkesztőségek saját algoritmusukkal választanak ki szövegeket és képeket, amelyeket könyvekbe és lapszámokba helyezve adnak ki. A galéria és a múzeum médiuma esetében az egyes művek (képek, szobrok, installációk) képezik az adatbázist, amelyből a galéria algoritmusával határozza meg, hogy melyeket és milyen kontextusban válogatnak ki és mutatnak be.

Vannak azonban olyan megjelenítő médiumok is, amelyek két ember vagy néhány ember közötti üzenetváltásra, a közöttük lévő kommunikációra szolgálnak. Ezeket nevezhetjük *direkt* kommunikációs médiumoknak. A levél, a telefon, az email, illetve a közvetlen üzenetküldő szolgáltatások az üzeni szánt gondolatok kiválasztásának (interpretálásának és rögzítésének), valamint a címzethez való eljuttatásának a direkt megjelenítő médiumai (lásd a 6. ábrát).

8.3. Emberi és gépi algoritmuson alapuló megjelenítő médiumok

A harmadik szempont, amely alapján érdemes különbséget tennünk az egyes megjelenítő médiumok között az, hogy miféle algoritmus áll a háttérükben.

A televízió, a blog, az online hírportál *emberi algoritmusokon alapuló statikus, szétszóró megjelenítő médium*. Az adathalmaz mindegyik esetében a szerkesztők, a szerkesztőség látókörébe került információk halmaza, amelyből a szerkesztőség algoritmusként működő sajátos elvei és gyakorlata révén kerülnek a felhasználók elé tartalmak. Bemutatják azt a rögzített médiát, amely jórészt valamilyen interpretációs médián alapul.

Velük szemben például a Youtube egy *gépi algoritmuson alapuló, dinamikus, szétszóró megjelenítő médium*. Az adathalmaz a felhasználók által bármilyen okból elkészített és feltölthető videók halmaza, amelyet a készítők töltenek fel a szerverekre. Ezekből az algoritmus a felhasználó számára személyre szabott tartalomkínálatot gyárt, amelynek elemeit a használó a médium felületein keresztül tekintheti meg.

8.4. Megjelenítő (display) médiumtípusok

Bár minden konkrét televíziócsatorna, napilap, blogoldal, Youtube-csatorna, színház és galéria maga is médiumnak tekinthető,¹⁶ *megjelenítő médiumtípusról* akkor beszélhetünk, ha a médiumon belül meg tudunk különböztetni különálló állomásokat is, amelyek közül a fogyasztó választani tud.¹⁷

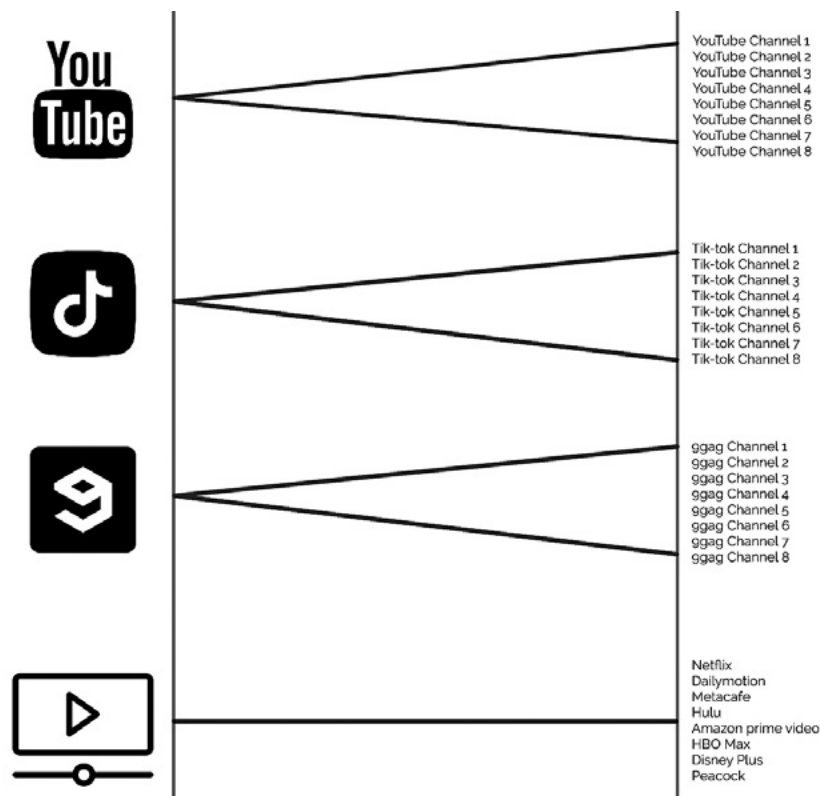
A televízió például egy megjelenítő médiumtípus, amelynek keretében a konkrét állomások (köznapi szóhasználatban csatornák) működnek. Ugyanígy a rádiónál léteznek külön állomások (adások, amelyek mögött szerkesztőségek és így sajátos elvek vannak), így a rádió a típus, állomásai pedig a különböző frekvencián sugárzó csatornák. Hasonlóképpen állomásai a mozi médiumának a konkrét mozik (a Tabán, a Művész, a Corvin), a színházaknak a különböző színházak (Vígyszínház, Pesti Színház), a könyv médiumának az egyes könyvek (az *Utas és holdvilág*, Kerouac-tól az *Úton*), az újság médiumának a különböző lapok (Magyar Nemzet, Blikk, Népszava stb.), a galéria médiumánál az egyes galériák (ACB Galéria, Budapest Galéria stb.).

Az internetes megjelenítő médiumot is akkor tekinthetjük különálló médiumtípusnak, ha vannak állomásai. A Youtube azért különálló médium, mert vannak állomásai – ezek maguk az alkotóként is fellépő felhasználók. A Partizán, a Pamkutya, a Nessaj, a Magyar Hang különféle állomásai a Youtube médiumának. Bár a közöttük való választáshoz nem a távkapcsolót kell használnunk, hanem a billentyűzetet és az egeret, ezek különálló szerkesztőségek, amelyek egészen eltérő tematikájú tartalmakat szolgáltatnak. A Facebook médiumának állomásai a page-ek, a csoportok és maguk a felhasználók is – hiszen mindegyikük egy sajátos elv, algoritmus, megszokás szerint hoz létre tartalmat befogadónak. Ugyanez a helyzet mindegyik közösségi médiummal: a felhasználók hoznak létre vagy indítanak el állomásokat, nevezzük is ezeket bárminek (*user, channel, page, group, subreddit*), és ezek az állomások a saját elveik (algoritmusuk) mentén tolnak adatokat (interpretációs és rögzített médiát) az őket követők számára (lásd a 7. ábrát).

¹⁶ Hiszen meghatározható adatforráshoz adnak egy bizonyos (szerkesztőségi) algoritmust, amelynek révén létrejön a sajátos, semmi más állomásra nem jellemző tartalom.

¹⁷ A tanulmány megírása során igyekeztem mindig olyan elnevezéseket találni egy-egy kategóriára, amelynek jelentéstartományát nem nagy mértékben befolyásolja a hétköznapi szóhasználat, valamint nem ütközik bevett fogalmakkal. Így például bár televízióknál használjuk a „csatorna” kifejezést a különböző állomásokra, én mégis inkább az állomás szót használnám, mert a csatorna kifejezés zavaró lehetne annak egyéb jelentései miatt.

7. ábra
Megjelenítő médiumtípusok és állomások



Forrás: saját ábra

Velük szemben azok az online médiumok, amelyeknek nincsenek különálló állomásaik, például az egyes konkrét blogoldalak, nem különálló megjelenítő médiumtípusok, hanem egy megjelenítő médium (a blog) *állomásai*. Maga a blog intézménye az önálló kategóriának számító megjelenítő médium, amelynek állomásai a konkrét blogok. Ugyanez a helyzet az online hírportálokkal is, vagyis az online hírportálnak vannak különálló megvalósulásai, azaz állomásai: például a New York Times online verziója egy állomása az online hírportál médiumának.

A Youtube, a Coub, a TikTok mind önálló megjelenítő médiumtípus, mert rendelkeznek állomásokkal. Velük szemben például a Netflix, amelynek nincsenek különálló állomásai, bár médium, de nem médiumtípus – a Netflix a videoportálok típusának egy állomása (lásd a 7. ábrát).

Amikor egy megjelenítő médiumtípusról beszélünk, akkor az algoritmus kifejezés arra is vonatkozik, ahogyan azt a médium mint keret biztosítja, vagyis ahogyan a médium létrehozói azt megalkották. Itt az algoritmus egy keretrendszer, amely a megjelenítő médiumon belüli állomások lehetőségeit határozza meg. A Youtube mint médium keretrendszere nagyban különbözik más videoportáloktól (például a TikTok, a Coub) keretrendszerétől, ami meghatározza azt is, hogy egy-egy Youtube-állomásnak mint médiumnak milyen lehetőségei vannak.

8.5. A hagyományos megjelenítő média

A számítógép és az internet előtti, hagyományos megjelenítő médium a mozi, a televízió, a hirdetőtábla, a könyv, az újság, a galéria és a múzeum, a hangfelvétel, a rádió, a levél, a telefon és még nagyon sok más is. Ezeknél az algoritmus mindig arra vonatkozik, hogy melyik interpretációs (beszéd, színi- vagy táncelőadás) és/vagy rögzített médiát (képek, szövegek, mozgóképek, hangok) továbbítják, kinek, azaz melyik befogadóhoz, és milyen tálalásban.

8.6. A számítógép alapú offline megjelenítő média

Médiának kell tekintenünk az olyan offline, de számítógépes megoldásokat is, mint a szövegszerkesztő programok, a fényképnézegető alkalmazások, a prezentációs szoftverek stb., hiszen ezek mindegyike megfelel a definícióinknak: egy bizonyos (pontosan meghatározható vagy nyitottabb) adatforrást használva egy meghatározott algoritmus mentén rendezi, rendszerezi, átalakítja és megjeleníti az adatokat (tartalmakat).¹⁸

A képnézegető szoftvereknél például van egy adatbázis (a gépre felöltött fényképfile-ok adatbázisa), amelynek adatait (a képeket) a szoftver megjeleníti (és esetleg szerkeszthetővé is teszi). Onnan is tudhatjuk, hogy ezek médiumok, és nem egyszerűen csak tárhelyei valamilyen rögzített médiának, hogy ugyanannak a rögzített médiának egymástól teljesen különböző megjelenítését képesek adni. Vagyis nem mindegy például, hogy milyen képnézegető szoftverünk van, hiszen ez határozza meg, hogy a képeink megtekintése, esetleg szerkesztése mennyire és milyen módon lehetséges.¹⁹

A számítógép-alapú offline megjelenítő médiumok esetében azt is látni kell, hogy ezek a médiumok gyakran egyben az adatok rögzítésnek is az eszközei. Így tehát egy szöveg megírásának (interpretációs média) rögzítőeszköze lehet egy jegyzetalkalmazás, amelynek a felépítése, algoritmusai meghatározza a fejegyezhető szövegek formátumát, azaz azt is, ahogyan ugyanebben az eszközben mint megjelenítő médiumban ki fog nézni a tartalom.²⁰

S bár Marshall McLuhan „a médium az üzenet maga” gondolatában nem olyan értelemben beszélt médiumokról, ahogyan én, a mcluhani gondolat az általam tárgyalt médiumokra is igaz. Mindegyik médium visszairányuló befolyással bír a médium által létrejövő dolgokra (az üzenet típusára, formátumára), vagyis az adott médium csak bizonyos típusú közlések, üzenetek, adatok létrehozására alkalmas, éppen azért, mert az algoritmus, amely a médiumot jellemzi, maga határoolja be a végeredményt.

8.7. Az online megjelenítő média

Online megjelenítő médiumok a blogok, a hírportálok, bizonyos prezentációs szoftverek (például a Prezi), a menürend-, az időjárás- és a fitness-applikációk (stb.), valamint a Youtube, a Facebook, a Reddit, és még sok-sok közösségi és nem közösségi oldal. Ezek működéséhez járul hozzá csatornaként az internet.

Az internetes megjelenítő médiumok adatbázisa is az interpretációs és a rögzített média, az adatok feldolgozásának és elosztásának algoritmusát pedig a legtöbbször producerek, szerkesztőségek, kiadók, ügynökségek vagy számítógépes folyamatok, programok adják. Előfordul azonban az is, hogy ennél a médiatípusnál is csak az alkotó algoritmusai érvényesül – például egy olyan Youtube-csatorna esetében, amelynek egy magánszemély a szerkesztője, üzemeltetője (lásd a 6. ábrát).

9. Az eszköz és a csatorna

9.1. Az eszköz

Minden megjelenítő médiumnál meg tudjuk határozni, hogy a tartalom megjelenítésének milyen *eszköze* vagy eszközei vannak. A mozinál a moziépület (az előtérrel, a moziteremmel, a vászonnal) az eszköz, a könyvnél maga a konkrét könyv, televíziós tartalmaknál a tévékészülék, telefon esetében a telefonkészülék. A számítógép-alapú megjelenítő médiumok megjelenítési eszközei diverzifikáltak: többféle eszközzel „lejátszhatók”, így például számítógéppel, okostelefonnal, okosórával vagy játékkonzollal.

18 Erről lásd még Manovich (2013).

19 Lásd Manovich (2013: 208) példáját.

20 A médiumként működő szoftverekre talán még jobb példa lehet a prezentációs szoftverek esete. Mindenki, aki már használt ilyet, tudja, hogy maga a szoftver mennyire erőteljesen befolyásolja azt, hogy a létrehozható prezentáció végül milyen lesz. Nem mindegy, hogy Power Pointban vagy Preziben hozunk létre egy bemutatót. A Prezi és a Power Point is megjelenítő adatmédium.

9.2. A megjelenítő média csatornája

A megjelenítő médiumok esetében mindig meg tudjuk határozni azt is, hogy maguk a tartalmak (azaz az interpretációs médián alapuló rögzített média) milyen *csatornán* jutnak el e médium megjelenítő eszközéhez. A moziba a filmtekercsek, a galériákba a képek a közúti szállítás csatornáján jutnak el. A könyv, az újság, a hanglemez a közúti közlekedés csatornája mellett a könyvesboltok, a könyvtárak, az újságos- és lemezboltok csatornájának segítségével jutnak el a felhasználókhoz. A rádió- és televíziókészülékekhez az adás a rádióhullámok vagy a kábelrendszer csatornáján jut el. Az internetalapú médiumok esetében a tartalom (az adat) az internet révén jut el a felhasználó megjelenítő eszközéhez, vagyis ezeknek a csatornája az internet (lásd a 6. ábrát).

10. A rendszer, a browserek és a felület

10.1. A rendszer

A számítógépalapú médiumok esetében az eszköz mellett szükség van még egy *rendszerre* is – ez azt biztosítja a készülék használójának, hogy számítógépes médiumokat érjen el, és azokat használni tudja. Ez a rendszer lehet például a Windows rendszere, az Android rendszer vagy az iOS, emellett az okostévék és az okosórák rendszerei is ilyenek – és még nagyon sok másféle rendszer is létezik.

10.2. Általános webbrowserek

A rendszer mellett az online médiumok működéséhez szükség van még *browserre* is, ami kétféle is lehet. Vannak az *általános webbrowserek*, amelyek a különféle internetes médiumok grafikai és auditív megjelenítésének keretét, valamint e médiumok adatainak böngészését szolgálják. Ilyen például a Chrome, a Safari, a Firefox. A webbrowser egy olyan program, amely az internetes médiumok *felületét* képes megjeleníteni.²¹

10.3. Speciális browserek – applikációk, programok

A másik lehetséges formáját annak, ahogy internetes médiumok tartalmát böngésszük, a *speciális browserek* vagy más néven az applikációk jelentik. Ezek egy konkrét internetes médium grafikai és auditív megjelenítését és az ott tárolt adatok böngészését szolgálják. Ilyen például a Facebook, a Youtube, a Reddit (stb.) applikációja. A speciális browser csak az adott internetes médium felületét képes megjeleníteni, másfajta internetes adatok megjelenítésére és böngészésére nem alkalmas.²²

21 A számítógép böngészője azt teszi számunkra lehetővé, hogy elérjünk bizonyos honlapokat (ezeket a honlapokat vagyunk képesek általa böngészni), és azok tartalmát vizuálisan meg tudjuk jeleníteni. Nem mindegy azonban, hogy milyen böngészőt használunk, ugyanis vannak olyan böngészők, amelyek a lehetséges honlapok közül nem mindegyiket képesek megmutatni. Ismert például, hogy a Chrome nem alkalmas arra, hogy a Dark Webről vagy a Deep Webről jelenítsen meg honlapokat. Ezeket például a TOR böngésző segítségével tudjuk elérni. Máskülönb azért sem mindegy, hogy milyen böngészőt használunk, mert bizonyos böngészőkkel bizonyos honlapok máshogy vagy „rosszabbul” jelennek meg. Mindannyian tapasztalhattunk például már olyat, hogy beírunk a browserbe egy webcímet, és a böngészőnkben vagy nem jelenik meg semmi, csak egy hibaüzenet, vagy pedig egy kódolatlan struktúrát kapunk. Ebben az esetben arról van szó, hogy a browserünk olyan adatokat próbál feldolgozni, amelyek feldolgozására, lefordítására nem képes.

22 Noha mostanában egyre több speciális browserbe beépítettek olyan modult, amely a browseren belül jeleníti meg más médiumok tartalmát. Ennek az az oka, hogy a médium üzemeltetői saját rendszerükön belül szeretnék megtartani a forgalmat és a hozzá kapcsolódó bevételeket.

Az applikációk mellett speciális browsernek tekinthetjük a fentebb tárgyalt, médiumként működő számítógépes programokat is: a szövegszerkesztőket, a fényképnézegető alkalmazásokat, a prezentációs szoftvereket, az adatbázis-szoftvereket stb. Ezek is ahhoz adnak ablakot a felhasználónak, hogy különféle adatbázis-műveleteket hajthasson végre.

A számítógépek rendszerei és a böngészők maguk is megjelenítő médiumok.²³

10.4. Skin/felület

Mindezen tényezők, tehát az eszköz, a rendszer és a browser mellett érdemes még beszélnünk a skinről, vagyis a *felületről*. A skin azért fontos tényezője a médium használatának, mert eszközönként eltérő felületen jutunk ugyanahhoz a médiumhoz, és a felület meghatározza, hogy az adatállományra milyen „ablakokkal”, betekintési lehetőségekkel rendelkezünk. Az internetes böngészőn keresztül elérhető felület más, mint az applikációkban működő felületek.²⁴ A felület tehát az az interakciós ablak, amelyen keresztül be tudunk nézni a médium „házába”, hogy onnan adatokat (rögzített médiát) tudjunk kivenni, megnézni vagy dolgozni velük.²⁵

11. Nem kommunikációs médiumok

Végül – csak kitekintésképpen – szeretnék néhány szót szólni a nem kommunikációs médiumokról is, hiszen a kommunikáció területén kívül is számtalan médiumot használunk.

Léteznek *adatmédiumok*, amelyeknek nem a kommunikáció a fő funkciójuk, sokkal inkább az információszerzés, az információk feldolgozása, tárolása, megjelenítése, az azokkal való kereskedés, cserék. Az adatmédiumok között léteznek pénzügyi, időszervezési, vásárlási, értékközvetítő, szervezési, párkapcsolat-kereső médiumok is, és még nagyon sokféle másilyen.

Vannak emellett *vezérlő médiumok* is, amelyek fő funkciója az adat- és algoritmusalapú vezérlés. Az utóbbi médiumokra lehet példa a Google maps, amely nemcsak megjelenítő és adatmédium, hanem vezérlő médium is. A Google maps ugyanis nemcsak megjeleníti a rendszer által érzékelt és interpretált jeleket (vagyis azt, hol vagyok a térképen), hanem utasításokat is ad arról, hogy merre haladjak tovább. A Google Maps, a Wazze és a kerékpáros úttervező szoftverek a leghelyesebb útvonal szervezésének dinamikus megjelenítő adat- és vezérlő médiumai.

Ugyanilyen vezérlő médiumok azok az Internet of Things világába tartozó külső egységek adatainak feldolgozásával foglalkozó szoftverek, amelyek kamionokat irányítanak, karbantartási eseményeket irányítanak időjárás adatokra hagyatkozva, gépeket üzemeltetnek stb.

²³ A rendszer (Windows, iOS, MacOS, Linux) adatforrása a számítógép memóriájában található adathalom, amely a saját algoritmusa révén jelenik meg ikonok, parancsok és egyéb műveletek grafikus vagy egyéb formátumában. Úgy is mondhatjuk, hogy nincsen Word számítógépes rendszer nélkül, amely adatai kódolását és ezáltal azok megjelenítését elvégezné. A webbrowserek adatforrása az internetre kötött szervereken tárolt adatok összessége, míg a speciális browser esetén egy konkrét szerverállomáson tárolt adatoknak az összessége. Algoritmusaik pedig azt a célt szolgálják, hogy az adatokból grafikus és auditív (vagy bármely más csatornán) érzékelhető jeleket hozzanak létre.

²⁴ Ehhez érdemes arra gondolnunk, hogyan jelenik meg számunkra a Youtube médiuma a számítógépünkön, és hogyan (például) az okostévé. Ha bárki megnézi és összehasonlítja ezt a két felületet, azt tapasztalja, hogy míg az egyik felület sokkal alkalmasabb a médium adatainak megjelenítésére, a másik jóval kevésbé. Jelenleg az okostévé Youtube-alkalmazást azért sokkal nehezebb használni, mert maga az eszköz (a televíziókészülék a maga tévézésre optimalizált távkapcsolójával) túl erőteljes mértékben különbözik attól, amire a Youtube-ot optimalizálták.

²⁵ Ha „kicsi”, „szűk” az ablak, vagy nincs is ablak bizonyos tartalmakra, akkor nehezebb vagy lehetetlen a „bepillantás”.

12. A médiumok kora

Tanulmányomban azt mutattam meg, hogy milyen közös elvi alapon lehet definiálni a jelenlegi és a korábban létrejött médiumokat, és ennek keretében rámutattam arra, hogy sem az internetet, sem a WWW-t nem tekinthetjük médiumnak. Minden médium ugyanis egy adatbázishoz, adatállományhoz köthető, algoritmus-alapú kódolási rendszer, amely kritériumnak az előbbi kettő nem felel meg. Ugyanakkor korunkat éppen az internet révén létrejövő médiumok miatt érdemes *a médiumok korának* neveznünk. Bár már a számítógépes programok létrejöttének forradalmában is nagyon sok új, addig nem értelmezett médium jött létre, manapság az internet révén percről percre megszámlálhatatlan mennyiségű és funkciójú médium születik.

Irodalom

- Arens, William F. (2006): *Contemporary advertising*. Boston: McGraw Hill Irwin.
- Barbier, Frédéric & Catherine Bertho Lavenir (2004): *A média története*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Bolter, Jay David & Richard Grusin (1999): *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press, <https://doi.org/10.1108/ccij.1999.4.4.208.1>
- Bolter, Jay David & Richard Grusin (2011): A remedializáció hálózatai. (Fordította Babarczi Katica.) *Apertura*, tavasz.
- Bush, Victoria D. & Faye W. Gilbert (2002): The Web as a Medium: An Exploratory Comparison of Internet Users versus Newspaper Readers. *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 10, no. 1, pp. 1–10, <https://doi.org/10.1080/10696679.2002.11501905>
- Campbell, Richard, Christopher R. Martin & Bettina Fabos (2012): *Media & Culture: An Introduction to Mass Communication*. Boston: Bedford/St. Martins.
- December, John (1996): Units of Analysis for Internet Communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 1, no. 4, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1996.tb00173.x>
- Fiske, John (1990): *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9780203134313>
- Gitelman, Lisa (2006): *Always Already New: Media, History, and the Data of Culture*. Cambridge, Massachusetts & London, England: The MIT Press, <https://doi.org/10.7551/mitpress/1208.001.0001>
- Hanson, Ralph E. (2019): *Mass Communication: Living in a Media World*. Los Angeles: Sage.
- Hartson, Rex & Pardha Pyla (2018): *UX Book*. London: Elsevier Books, <https://doi.org/10.1016/C2013-0-19285-9>
- Kraidy, Marwan M. (2009): The Internet As Mass Communication Medium. In: Rashmi Lutra (ed.): *Journalism and Mass Communication*, vol. II. Oxford: EOLSS Publisher/UNESCO.
- Manovich, Lev (2004): Posztmodern esztétika. Krízisben a média. (Fordította: Kisspál Szabolcs.), <https://exindex.hu/nem-tema/posztmedia-esztetika/>.
- Manovich, Lev (2001): Post-media Aesthetics – Media in Crisis, http://manovich.net/content/04-projects/032-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf.
- Manovich, Lev (2013): *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury Academic, <https://doi.org/10.5040/9781472544988>
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extension of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McMullan, John R. (2015) *An adaptation of medium theory analysis: YouTube as a digital moving image medium*. PhD thesis. Murdoch University.
- McMullan, John (2020): A new understanding of 'New Media': Online platforms as digital mediums. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, volume 26, no. 2, pp. 287–301. <https://doi.org/10.1177/1354856517738159>

Ohiagu, Obiageli P. (2011): The Internet: The Medium of the Mass Media. *Kiabara Journal of Humanities*, vol. 16, no. 2, pp. 225–232.

Ryan, Marie-Laure (2004): Introduction. In: Marie-Laure Ryan: *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*, pp. 1–40. Lincoln: University of Nebraska Press, <https://doi.org/10.1177/0963947006068660>

UKEssays (2018): Differences between Internet and World Wide Web, <https://www.ukessays.com/essays/internet/differences-internet-world-wide-web-1648.php>.

Gayer Zoltán a Budapesti Metropolitan Egyetem docense, lapunk szerkesztője. Tanulmányait az ELTE szociológia szakán végezte 1997-ben, szociológia PhD-fokozatát a Corvinus és az ELTE közös doktori képzésén szerezte 2007-ben. Fő kutatási területei az internet, a közösségi média és a hálózatok. Tevékenységi területe az utóbbi években a környezetvédelem és a globális felmelegedés témakörével bővült.

A magyar média a 2010-es években

A magyar média az elmúlt bő évtizedben látványos átalakuláson ment keresztül. Röviddel azután, hogy a politikai rendszerben „centrális erőter” jelent meg, a médiarendszerben is centrális erőter alakult ki: ma az MTVA és a KESMA mintegy 500, zömmel közpénzekből finanszírozott, ám kizárólag a kormányzat narratíváit visszhangzó médiumot tömörít és koordinál.

Az átalakulást az Orbán-kormányok a köztulajdonban álló médiaforrások – a jól fizetett pozíciók, a rádió-frekvenciák, a műsorgyártásra fordítható alapok és az állami hirdetések – pártpolitikai szempontokat követő újraelosztásával érte el. A kormányzat világnézetét népszerűsítő médiumok hegemón pozícióba kerültek, az alternatív világnézeteknek hangot adó médiumok a háttérbe szorultak. A valóban független médiumok ma már csupán néhány piaci szegmensben – az országos televíziók, az online hírlapok és a hetilapok piacán – kínálnak érdemi alternatívát a tájékozódni vágyó közönségnek.

A helyzetet némileg bonyolítja, hogy formálisan a kormányzat narratíváit visszhangzó médiumok is függetlenek, s csupán informálisan kapcsolódnak a kormányzathoz. A politikai párhuzamosság három dimenzióját megkülönböztető Colin Seymour-Ure¹ nyomán úgy is fogalmazhatunk, hogy a domináns kormánypárt és a hozzá húzó hírmédiumok közötti politikai párhuzamosság szintje a *célközönség* terén magas, a *küldetés* terén magas, a *szervezeti kapcsolatok* terén viszont – látszólag – alacsony.

A kormányzat hivatalos álláspontja szerint a sajtószabadság helyzete Magyarországon kifogástalan, s a médiaviszonyok átrendezésére csupán az évtizedes baloldali-liberális médiatúlsúly leküzdése miatt volt szükség. A sajtószabadság helyzetét vizsgáló nemzetközi szervezetek – a Freedom House és a Határok Nélküli Tudósítók – ezzel szemben a sajtószabadság nagymértékű csorbulását regisztrálták. Az utóbbi helyzetértékelést erősíti meg az is, hogy a hozzáférhető közérdekű adatok köre szűkült, s a nyilvános megszólalásokat nemegyszer olyan karaktergyilkos kampányok kísérik, amelyek célja a megszólalók személyének lejáratása s így a megszólalók elhallgattatása, más szóval *dermesztő hatás* kiváltása.

Nem arról van szó, hogy Magyarországon teljesen megszűnt volna a sajtószabadság, s a szabad sajtó helyét teljes mértékben egy központilag koordinált propagandagépezet vette volna át. Inkább arról, hogy *kettős médiarendszer* alakult ki: a média egyik része csupán formálisan független, ám informálisan a kormányzat szócsöve, míg másik része tényleg független s kritikus a kormánnyal szemben. Az elmúlt években azonban a szabad médiumok köre szűkült, s mind több médium került a kormányzat befolyása alá. A nyilvánosság e két fő árama között ma nincs átjárás, s a párbeszéd hiánya a magyar társadalom végleges megosztottságával fenyeget.²

A Médiakutató itt olvasható összeállításában olyan írásokat gyűjt egybe, amelyek az elmúlt években angol nyelven különböző fórumokon már megjelentek, és a magyar média átalakulását tárják fel. Polyák Gábor a médiarendszer átalakításának eszközeit elemzi; Bátorfy Attila a magyar médiarendszer sajátos karaktervonásait írja le; Sükösd Miklós a kormányzat politikai kommunikációját vizsgálja; Tófalvy Tamás pedig az online újságírókat érő zaklatások különböző formáit rögzíti, amelyek a fentebb is említett dermesztő hatást váltják ki. Írásaik nem mindenben tükrözik a legfrissebb fejleményeket, de a nagy trendeket pontosan jelzik.

A négy írás lefordításával és utánközlésével az a célunk, hogy dokumentáljuk a magyar médiarendszer 2010-es években végbement átalakulását, s egy helyütt, egymás mellett olvasható formában bocsássuk az Olvasó rendelkezésére.

A szerk.

1 Seymour-Ure, Colin: *The Political Impact of Mass Media*. London & Beverly Hills: Constable & SAGE, 1974.

2 Erről szól „Milyen a magyar médiarendszer? Hibrid vagy autoriter rezsim?” című podcastunk, amelyet a *Médiakutató* honlapján hallgathatnak meg.

Polyák Gábor

Magyarország: Az illiberális médiapolitika három pillére¹

A tanulmányban összefoglaljuk Orbán Viktor illiberális médiapolitikájának főbb eszközeit. Ezek az eszközök három pillérbe sorolhatók. Előbb azt az új szervezeti háttérrel mutatjuk be, amely lehetővé tette a politikai befolyás gyakorlását a felügyelőbizottságokon keresztül, majd a piaci manipuláció eszközeit elemezzük, végül azt is vizsgáljuk, hogyan uralja a kormánypárt a politikai diskurzust Magyarországon.

Kulcsszavak: állami reklám, független médiafelügyelet, információszabadság, médiapolitika, öncenzúra, sajtószabadság

Media in Hungary: Three Pillars of an Illiberal Democracy

The paper summarises the main tools of Viktor Orbán's illiberal media policy. These tools can be grouped into three pillars. First, it presents the new organisational framework that has allowed for political influence to be exerted through the supervisory boards, then it offers an analysis of the tools of market manipulation, and finally it looks into how the ruling party dominates political discourse in Hungary.

Key words: freedom of information, independent media supervision, media policy, press freedom, state advertising, self-censorship

¹ A tanulmány eredeti megjelenése: Polyák, Gábor (2019): Media in Hungary: Three Pillars of an Illiberal Democracy. In: Eva Połońska & Charlie Beckett (eds.): *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*, pp. 279–303. Cham: Palgrave Macmillan. DOI: 10.1007/978-3-030-02710-0_13. A szerző köszönetet mond a *Szakmai tudományos írásgyakorlat* kurzusa résztvevőinek a tanulmány szerkesztésében nyújtott segítségükért.

1. Egy illiberális médiapolitika felé

Orbán Viktor „illiberális” demokráciának nevezte hatalomgyakorlása módját (Puddington 2017). Orbán számára a liberális demokrácia a nemzetek sikerének akadálya, míg az olyan illiberális demokráciák, mint Kína, Oroszország és Törökország az elmúlt évtizedek „nyertesei”. Az illiberális demokrácia azonban Orbán számára nem egy körülhatárolt politikai vagy kormányzási irány, hanem az 1989-es rendszerváltás után kiépített magyar politikai rendszer ellentéte. Fontos eleme a nemzeti szuverenitás, a hatékony kormányzás, amelyet nem akadályoznak olyan liberális ellensúlyok, mint a hatalommegosztás vagy az emberi jogok erőteljes védelme, továbbá a politikailag ellenőrzött gazdaság erős nemzeti szereplőkkel és a nem kompetitív választások gyenge ellenzékkel.

Az illiberális demokrácia nem ismeretlen modell a korlátozott demokráciákban. Az illiberális demokrácia fogalmát Fareed Zakaria (1997: 22–43) alkotta meg, aki megkülönböztette a „demokráciát” az „alkotmányos liberalizmustól”. A demokrácia szűk értelemben nem mást jelent, mint „versengő, többpárti választások”-at (Zakaria 1997: 25), az alkotmányos liberalizmus viszont „az egyén élethez és tulajdonhoz, valamint vallás- és szólásszabadsághoz való jogának védelmében alakult ki” (Zakaria 1997: 26). Az alkotmányos liberalizmus a jogállamiságon és a hatalmi ágak szétválasztásán alapul, hogy korlátozza a mindenkori többség hatalmát. A szólásszabadság és a médiaszabadság az alkotmányos liberalizmus alapvető eleme, nemcsak azért, mert lehetővé teszi a politikai versenyt, hanem azért is, mert hozzájárul a plurális társadalom közös kérdéseiről folytatott, konszenzuserősítő diskurzushoz. Az alkotmányos liberalizmus tiszteletben tartja a társadalom pluralitását és támaszkodik rá, egyúttal elutasítja a monopolisztikus véleményellenőrzés minden formáját.

Az 1989 óta tartó demokratikus átmenet az alkotmányos liberalizmus és a plurális nyilvánosság kiépítésére törekedett Magyarországon és az egész közép- és kelet-európai régióban (Jakubowicz 2007, Jakubowicz & Sükösd 2008, Gross & Jakubowicz 2012, Bajomi-Lázár 2014). A magyar médiarendszer átalakulása a közép- és kelet-európai átmenet általános mintáit követte, még ha ez az út soha nem is volt egységes. Daniel C. Hallin és Paolo Mancini (2012: 15–33) szerint a közép- és kelet-európai média átalakulásának sajátosságai a gyors és drámai változás; a média mint „mozgósító és a közvéleményt formáló ágens” különleges, központi szerepe a kommunista rendszer és a demokratizálódási folyamat során; az állam beavatkozó jellege; a politikai pártok gyenge társadalmi gyökerei, de egyszerre domináns pozíciója a közélet alakításában; és végül a külföldi befolyás, különösen a külföldi médiatulajdon központi szerepe a médiarendszer kialakításában. A média átalakulása az átfogó politikai és gazdasági változások részeként következett be. A liberalizáció, a privatizáció és a dereguláció a médiarendszer „sokterápiájával” egy időben zajlott (Kleinstauber 2010: 34).

A közép- és kelet-európai média átalakulásának céljait keresve figyelembe kell venni, hogy az szorosan kötődött a közös európai jogi keretekhez. A szovjet blokk összeomlása után a közép- és kelet-európai régió országai (Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Szlovénia, Magyarország) azonnal elhatározták, hogy minden lehetséges erőfeszítést megtesznek a transzatlanti és az európai integrációs szervekhez való csatlakozás érdekében (Góra & Zielińska 2013). A média akkor lehet szabad, ha a véleménynyilvánítás általános határai (a személyiségi jogok, a gyűlöletbeszéd, a kiskorúak védelme) arányosak és kellően világosak, és az újságírók tevékenységét hatékony jogi eszközökkel, különösen az újságírói források védelmére vonatkozó szabályozással védik.² A médiaszabadság európai értelmezése az egyes államokban a részletekben eltérő, de a fő célkitűzések közösek. Ilyen a „pluralizmus elve”, amely lehetővé teszi, hogy a média „a közérdekű információk és eszmék közvetítését szolgálja, amelyekhez a nyilvánosságnak joga van”.³

Az Európai Tanács definíciója szerint „a média akkor plurális, ha eléggé sokközpontú és sokszínű ahhoz, hogy mindenkor otthont adjon a közérdekű kérdések tájékozott, gátlástalan és befogadó megvitatásának”.⁴ A demokratikus átmenet és az európai integráció részét képező médiaátalakítás célja tehát nem lehetett más, mint a plurális médiarendszer kialakítása.

2 Az Európa Tanács Parlamenti Közgyűlése, A média mutatói a demokráciában, Strasbourg, 2008.

3 Az Emberi Jogok Európai Bíróságának ítélete az Informationsverein Lentia és mások kontra Ausztria ügyben. 1993. XI. 24., 38. pont.

4 Európai Tanács, Media Pluralism and Human Rights - Issue Discussion Paper, 2011. <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1881589>.

A magyar Alkotmánybíróság 1992 óta a mediaszabadságot is olyan szabadságként értelmezi, amely „a véleménynyilvánítás alkotmányos alapjogát szolgálja” azzal, hogy „felerősíti az egyéni véleménynyilvánítás hatását, és támogatja a demokratikus közvélemény közérdekű ügyekről való tájékoztatását, a közérdekű ügyekkel kapcsolatos véleményformálást”.⁵ A magyar Alkotmánybíróság még 2011-ben kimondta, hogy:

A sajtó ezen minőségében ellenőrzi a közélet szereplőinek, intézményeinek tevékenységét, a döntéshozatal folyamatát, tájékoztatja arról a politikai közösséget, a demokratikus nyilvánosságot (a „házőrző kutya” szerepe).⁶

E határozat szerint a média feladata, hogy elősegítse „a közérdekű információk teljességének feltárását és a hivatalos jobboldali állásponton alapuló monopolisztikus közvélemény kialakulásának elkerülését”.⁷ A magyar média átalakításának alkotmányos alapjai összhangban voltak az európai mediaszabadság elveivel, és azt a célt szolgálták, hogy a jogalkotót a szabad és plurális médiarendszer kiépítésére ösztönözzék. Bármilyen is volt az elmélet, a médiapolitika gyakorlata a valóságban összetettebbnek bizonyult.

Az illiberális demokráciáknak azonban nincs szükségük az egymással versengő vélemények széles skálájára és a jól tájékozott választókra (Voltmer 2012). Ezeket a rendszereket a vitathatatlan politikai kijelentések és az egységes közvélemény jellemzik, ami végső soron korlátozza a polgárok politikai választási lehetőségeit. A nyilvánosság fő funkciója az uralkodó párt hatalmának legitimálása.

Ehhez sajátos médiapolitikai eszközökre van szükség, amelyek egy olyan médiarendszerhez vezetnek, ahol az összes médiaszektor piacvezetője erős politikai kapcsolatokkal rendelkező üzletemberek tulajdonában van, ahol nincs független és kritikus helyi médiafelület, és ahol a félelemkeltéssel és gyűlöletkeltő politikai üzenetekkel teli választási kampányok zajlanak a pártprogramokról folytatott viták nélkül (Mérték Médiaelemző Műhely 2017). Ennek a médiapolitikának ugyanakkor nem kell kizorítania minden kritikus véleményt és független médiaszolgáltatást. Néhány kritikus médium létezése fontos a demokratikus homlokzat fenntartásához. Ugyanakkor a kritikus médiumok hatókörét és hatását – mint azt ebben a fejezetben látni fogjuk – jelentős mértékben korlátozhatják az újságírók munkakörülményei, a médiumok pénzügyi háttere és az információhoz való hozzáférés korlátai.

Összességében az illiberális demokrácia keretei szükségszerűen illiberális, antiplurális médiapolitikát eredményeznek, és erre a folyamatra a leglátványosabb példát Magyarország közelmúltbeli története adja. Ez a médiapolitika azonban nem érthető meg a tágabb összefüggések figyelembevételével. A média átalakítása tökéletesen illeszkedik más, a jogállamiságot és a társadalmi sokszínűséget érintő intézkedések közé. A 2011-es új Alaptörvénnyel a Fidesz lerombolta az 1989–1990-ben létrehozott intézményeket, és jelentős mértékben meggyengítette a kormányzati hatalommal szembeni olyan ellensúlyokat, mint például az Alkotmánybíróság és az ombudsmanok. Korlátozta az igazságszolgáltatás függetlenségét is (Pap 2017). Az alkotmányos keretek átalakítása mellett Orbán kifejezetten a „nemzeti vállalkozók” megerősítésére törekedett. Így a „baráti kapitalizmus” tipikus hálózata jött létre: egyes Fidesz-közeli szereplőket a gazdasági törvényhozás, valamint az állami és az európai támogatások odaítélése erősen előnyben részesít (Martin & Ligeti 2017). A Fidesz médiapolitikája továbbá része annak az általános politikának, amely a nyilvánosság információ- és véleménykínálatát befolyásoló valamennyi ágazat és intézmény átalakítására irányul (Pap 2017). A nyilvánosság irányítása egy egész sor kérdést foglal magában az oktatási rendszer és az egyházak átrendezésétől kezdve az államnak a civil szférához és a kultúrához fűződő kapcsolatainak átalakításáig. Mindezek összességükben egy koherens, de következetesen antiplurális társadalomképet tükröznek. Ebben a vízióban a nyilvánosság szerepe nem a társadalom és a kormány közötti párbeszéd elősegítése, hanem pusztán az, hogy fórumot biztosítson a kormány számára, hogy megmutathassa magát a társadalom előtt. Ezért a média nem lehet más, mint ennek a reprezentációnak az eszköze.

5 37/1992 (VI. 10.) AB határozat.

6 165/2011. (XII. 20.) AB határozat.

7 Uo.

Ez a tanulmány összefoglalja Orbán Viktor illiberális médiapolitikájának főbb eszközeit. Az eszközök három pillérbe sorolhatók. Előbb azt az új szervezeti háttérrel mutatjuk be, amely lehetővé tette a politikai befolyás gyakorlását a felügyelőbizottságokon keresztül, majd a piaci manipuláció eszközeit elemezzük, végül azt is vizsgáljuk, hogyan uralja a kormánypárt a politikai diskurzust Magyarországon.

2. A sokszínűség korlátozását célzó médiapolitika mechanizmusai

Az elmúlt évek magyarországi médiapolitikájának együttes hatásai lépésről lépésre a médiarendszer átfogó átalakulását eredményezték. Ez együtt járt a médiaszabadság garanciáinak gyengülésével és a független médiaszakemberek és médiumok mozgásterének szűkülésével. Kutatásunk alapján ez a folyamat három pilléren nyugszik (Polyák & Urbán 2016). Ezek a következők:

- a kereskedelmi és a közszolgálati média felügyeletéért felelős szervezetek függetlenségének aláásása;
- a médiapiaci erőforrásokhoz való hozzáférés manipulálása; és
- az információs környezet manipulálása a nyilvános információkhoz való hozzáférés és a politikai napi-rend ellenőrzése révén.

Ezek a pillérek olyan médiakörnyezetet hoztak létre, amelyben a kormánypárti médiumok korlátlanul hozzáférnek a piaci forrásokhoz és információkhoz, terjeszkedésüket a médiahatóság döntései támogatják, és a kormánypárt az így kialakított médiarendszert használja fel a közbeszéd szoros ellenőrzésére. Ez az összetett rendszer formális-jogi eszközökön és informális beavatkozásokon, a média teljes értékláncát érintő gazdasági manipuláción, politikai alapú kinevezési gyakorlaton, valamint az újságírók, a médiamenedzserek és a hirdetőik szabadságának korlátozásán alapul. Mindezek a beavatkozások olyan nyilvánossághoz vezetnek, ahol a kormányzati üzenetek a lehető legszélesebb közönséghez jutnak el, miközben a kritikus hangok – bár jelen vannak – tompított vagy elfojtott formában jelennek meg.

2.1. A médiafelügyeleti szervek elfoglalása

E folyamat első lépéseként a kereskedelmi és a közszolgálati médiát felügyelő állami szervek függetlenségét jogalkotási intézkedésekkel korlátozták (European Commission for Democracy Through Law 2015). Ez lehetővé tette a kormány számára, hogy hosszú távon biztosítsa, hogy az egyes piaci szereplők helyzetét és a médiarendszer szerkezetét összességében alakító döntések összhangban legyenek a kormánypártok célkitűzéseivel. Ezek az intézmények jelentős mértékű és folyamatos befolyást gyakorolnak a teljes médiarendszerre a műsorszórási frekvenciák elosztásán, a médiatörvény szankcióinak alkalmazásán és az állami támogatások elosztásán keresztül. Jogosultak továbbá a médiaszabályozással kapcsolatos javaslatok kezdeményezésére és véleményezésére is.

2.1.1. Médiatanács

A 2010-ben alapított Médiatanács jól példázza ezt a politikát. A Médiatanács a törvény szerint a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóságon (NMHH) belüli független szerv, amely saját döntési jogkörrel és saját apparátussal rendelkezik. Az NMHH egy úgynevezett integrált szabályozó hatóság, amely egyszerre gyakorol szabályozási és felügyeleti feladatokat. Az NMHH elnöke egyben a Médiatanács elnöke is.⁸ Az NMHH elnökét a miniszterelnök jelöli, és a köztársasági elnök nevezi ki.

A Médiatanácsnak öt tagja van, és a jelenlegi tagokat a Fidesz jelölte kilenc évre. A négy rendes tag jelöléséről egy *ad hoc* parlamenti bizottság dönt, amely az összes parlamenti párt képviselőiből áll. A parlamenti pártok

8 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról.

képviselőinek szavazati joga a bizottságban a parlamenti arányokat tükrözi. A szavazás első fordulójában a bizottságnak egyhangú döntéssel kell kineveznie a Médiatanács tagjait. Amennyiben a bizottság tagjai nem tudnak egyhangúlag megállapodni a jelölt személyében, a második fordulón elegendő a kétharmados többség. A Médiatanács tagjainak választása idején fennálló parlamenti erőviszonyok fényében gyakorlatilag lehetetlen volt, hogy a pártok megegyezzenek négy jelölt személyben (European Commission for Democracy Through Law 2015). A szavazás második fordulójában a kormánypártok megfelelő többséggel rendelkeztek ahhoz, hogy egyedül is meghozzák a döntést. Az eredmény egy olyan testület lett, amely kizárólag a nagyobb kormánypárt által jelölt tagokból áll. A tagok mandátuma kilenc évre szól, de jó esély van arra, hogy a Fidesz új kétharmados többsége 2019-ben is politikailag homogén testületet választ. Ez azt jelenti, hogy az ellenzéki pártoknak vagy más érdekelteknek nem lesz esélyük alakítani a médiahatóság döntéseit, sőt betekintést nyerni a hatóság döntéshozatali folyamataiba.

A Médiatanács egypárti struktúrájának jelentősége elsősorban a médiapiaccal kapcsolatos gyakorlatban mutatkozik meg. Bizonyos piacokon új szereplő csak a médiahatóság döntésének eredményeként jelenhet meg; a legjellemzőbb példa erre a földfelszíni frekvenciák elosztása. A felvásárlások bármely médiapiacon a nemzeti versenyhatóságok felülvizsgálatának tárgyát képezik, és ez a felülvizsgálat kiegészülhet a médiatörvény média-koncentrációt korlátozó rendelkezéseinek alkalmazásával. A médiahatóság tehát a piacra lépésről és a piaci terjeszkedésről egyaránt dönt. Ezek döntő hatással vannak a médiavállalkozások mozgásterére és a médiarendszer egészére. Ezért a médiahatóság – és természetesen a versenyhatóság – politikai függetlensége alapvető védelmet nyújt a piactorzító beavatkozásokkal szemben (Polyák & Rozgonyi 2015).

A frekvenciapályázatok eredményei alapján kijelenthető, hogy a Médiatanácsnak egyértelmű szándéka a rádiós piac médiatérképének átrajzolása (Nagy 2016). A Médiatanács médiapiaci döntései következtében korábban sikeres rádiók részben vagy teljesen eltűntek a piacról. Voltak olyan kiemelkedően sikeres szereplők ezekben a pályázatokban, amelyeknek sikerült országos lefedettségű rádióadóként megjelenniük. Az egyik ilyen preferált szereplő a politikai talkrádióként működő Lánchíd Rádió volt, amelynek tulajdonosa Simicska Lajos, Orbán egykori bizalmi embere volt. A Lánchíd Rádió lefedettségi területe 13 frekvenciával bővült (Nagy 2016). Az Orbánnal komoly konfliktusba került Simicska 2014 után elvesztette kiváltságos helyzetét a frekvenciapályázatokon. A helyi frekvenciapályázatok új nyertesei az új oligarchák. Ilyen például a Rádió1, amely eredetileg csak Budapesten sugározta az adását. Ez a rádió a kormány filmügyi biztosának, Andrew Vajnának a tulajdonában van, és engedélyt kapott egy helyi rádiókból álló országos hálózat létrehozására (Mérték Médiaelemző Műhely 2017). Vajna Rádió1-ének 2017-re 31 helyi frekvenciája és 1,3 millió hallgatója volt (Nagy & Timár 2018). Összefoglalva: a rádiós pályázati rendszer kínálja az egyik legszembetűnőbb bizonyítékot a Médiatanács elfogult döntéshozatalára, amely segíti a Fidesz-közeli médiavállalkozók ellenőrizetlen terjeszkedését.

A Médiatanács szakhatósággént vesz részt a Gazdasági Versenyhivatal által lefolytatott vizsgálatokban is, amennyiben az összefonódásban „érintett legalább két vállalkozáscsoport tagjai szerkesztői felelősséget viselnek, és amelyek elsődleges célja a médiatartalom nyilvánosságához való eljuttatása valamely elektronikus hírközlő hálózaton vagy nyomtatott sajtóterméken keresztül”.⁹ A Médiatanács azonban nem tagadhatja meg a támogatását, ha „a független véleményforrások összefonódások utáni szintje is biztosítja a sokszínű tájékozódás jogának érvényesülését a médiatartalom szolgáltatás releváns piacán”. Amint azt a következő példák mutatják, a gyakorlatban ez a megfogalmazás nagy mozgásteret hagy az önkényes értelmezésnek.

Azzal, hogy a szakhatóság jóváhagyását a folyamatban lévő hivatalos eljárásokra is alkalmazni kellett,¹⁰ a törvény lehetővé tette a Médiatanács számára, hogy megakadályozza az Axel-Springer & Ringier fúziót, amely a médiatörvény hatályba lépésekor az egyetlen folyamatban lévő fúziós ügy volt. Ez a döntés volt az első lépés a Népszabadság, a legnagyobb példányszámú kritikus napilap 2016-os megszüntetéséhez. A Népszabadság ugyanis a fúzióval érintett médiavállalatok portfóliójába tartozott, és az egyesülés javította volna a lap pénzügyi

9 A médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 171. §.

10 A médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 216. § (5) bekezdés.

stabilitását. A Médiatanács 2014-ben jóváhagyta az Axel-Springer és a Ringier politikai lapjainak felvásárlását.¹¹ A vevő egy osztrák befektető, Heinrich Pecina, akinek a Fideszhez való kötődését több sajtócikk mutatta be (Ember 2016). 2016-ban a Médiatanács jóváhagyta,¹² hogy Pecina további négy regionális napilapot vásároljon fel, ennek eredményeként a megyei napilapok piacának kétharmada egyetlen tulajdonos kezébe került.

2016. október 8-án Pecina bezárta az ország legnagyobb példányszámú politikai napilapját, a Népszabadságot (Polyák & Urbán 2016). Ez a napilap kritikus volt a kormánnyal szemben, és gyakran jelentek meg benne nagyszabású oknyomozó riportok, amelyek botrányokat és korrupciót lepleztek le. A lapot egyik napról a másikra bezárták, teljesen sötétben hagyva a dolgozóit a jövőjükkel illetően. A dolgozókat abban a hitben hagyták, hogy a szerkesztőség másnap más címre költözik. Két héttel később, október 25-én a Népszabadság kiadóját, amely tizenkét regionális lapot is birtokol, eladták az Opimus nevű cégnek. Négy hónappal később, 2017. március 3-án Mészáros Lőrinc, Orbán barátja vette át az Opimus irányítását.¹³ Ebben az esetben a Médiatanács elutasította, hogy az egyesülésnek a média sokszínűségére gyakorolt hatásáról döntsön, anélkül, hogy indoklást terjesztett volna elő.¹⁴ Így Mészáros tizenkét regionális napilap, valamint további országos napilapok és magazinok, egy budapesti hírrádió és több helyi rádióállomás tulajdonosa lett. Ez meteorszerű felemelkedés volt Mészáros számára, akinek vagyona csak 2016-ban 330 millió euróval nőtt, noha 2014 előtt nem volt jelen a magyar médiapiacra.

A 2010-ben létrehozott, erős hatáskörrel és széles körű felülvizsgálati jogkörrel felruházott Médiatanács fontos eszköz volt a Fidesz médiapolitikai céljainak megvalósításában. Mind a frekvenciapályázatokat, mind a médiapiaci fúziókkal kapcsolatos új hatásköröket a médiapiac átdolgozására és a Fidesz-közeli szereplők piaci pozícióinak megerősítésére használta fel.

2.1.2. Közzszolgálati média

A közzszolgálati műsorszolgáltatás is nagy változáson ment keresztül 2010 óta Magyarországon. A közmédia intézményi háttere a 2010-es médiatörvényekkel jelentős mértékben megváltozott,¹⁵ és ennek eredményeként egy erősen centralizált rendszer alakult ki. Ennek a komplex szervezetnek a főszerelője a 2010. évi médiatörvény által létrehozott Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap (a továbbiakban MTVA).¹⁶ A törvény kimondja, hogy az Alap gyakorolja a közzszolgálati médiavagyon feletti tulajdonosi jogokat és kötelezettségeket, és feladata – egyebek között – a közzszolgálati célú műsorszámok gyártása és támogatása.¹⁷ Az Alap élén egy vezérigazgató áll, akit a Médiatanács elnöke nevezhet ki és hívhat vissza indoklás nélkül, és akinek a tevékenysége fölött semmilyen ellenőrző testület nem gyakorol felügyeletet.¹⁸ A közzszolgálati intézmények felügyeleti szerveinek hatáskörébe nem tartozik az MTVA ellenőrzése. Ezek a testületek csak a közzszolgálati médiaszolgáltatást végző társaságot, a Duna Médiaszolgáltató Részvénytársaságot ellenőrzik. A Duna Médiaszolgáltató azonban nem rendelkezik saját gyártási kapacitással, így funkciója az MTVA műsorainak megrendelésére korlátozódik. Ennek eredményeként a közzszolgálati média intézményrendszere erőteljesen centralizált szervezeti rendszerré vált.

A törvény a közzszolgálati médiaszolgáltatás feladatát egy zártkörűen működő részvénytársaságra, a Duna Médiaszolgáltató Zártkörűen Működő Részvénytársaságra ruházta. Ez a szolgáltató látja el az összes közzszol-

11 Határozat Nr. Vj/06/2014. számú határozatát.

12 Határozat Nr. Vj/58/2016. számú határozatát.

13 Nem titkolják tovább, Mészáros Lőrinc az Opimus tulajdonosa, *HVG*, 2017. III. 3. http://hvg.hu/kkv/20170303_nem_titoljak_tovabb_meszaros_lorince_az_opimus.

14 Lásd a Gazdasági Versenyhivatal VJ/26/2017. számú határozatát.

15 2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól; 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációs eszközökről (a továbbiakban a magyar rövidítésnek megfelelően Mttv.). A törvények részletes elemzését lásd: Polyák & Nagy (2015).

16 A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 136-137/E. §-ok.

17 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról 100. és 136. §.

18 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról 136. §.

gálati televíziós, rádiós és online tartalomszolgáltatást, valamint a közszolgálati hírügynökségi tevékenységet. A Duna Médiaszolgáltató Zrt. kizárólagos tulajdonosa a Közszolgálati Közalapítvány, és annak kuratóriuma (a továbbiakban: Kuratórium) felügyeli. A Kuratórium az egyetlen olyan testület a médiafelügyeleti rendszerben, amelynek tagjait az ellenzék jelöli. A törvény szerint szintén kilenc évre választott tagok felét a kormánypártok, felét pedig az ellenzéki pártok jelölik. Megválasztásuk a parlament kétharmados többségével történik.¹⁹ A kormánypártok többsége azonban még ebben a testületben is garantált, mivel a Kuratórium további két tagját és az elnökét a Médiatanács nevezi ki. Ennek következtében az ellenzéki pártok által delegált tagoknak nincs esélyük arra, hogy bármilyen befolyást gyakoroljanak a testület döntéseire.

A Kuratórium általános felügyeleti hatáskörrel rendelkezik a Duna Médiaszolgáltató Zrt-vel kapcsolatban, ideértve különösen a közszolgálati médiaszolgáltató vezérigazgatójának kinevezését. A vezérigazgató személyét és a jövőbeni munkaszerződésük feltételeit a Médiatanács elnöke javasolja a Médiatanácsnak jóváhagyásra. A kiválasztási eljárásra vonatkozó rendelkezések nem tesznek említést pályázatról, szakmai képzésről vagy szakmai koncepció bemutatásáról.²⁰ A következő lépésben a Médiatanács első körben kétharmados többséggel, sikertelen első forduló esetén második körben egyszerű többséggel választja ki az általa preferált jelölteket. A Kuratóriumnak nincs hatásköre az MTVA tevékenységével kapcsolatban.

Ez a közszolgálati médiastruktúra tág teret enged a politikai befolyásolásnak, az elfogult, kormánypárti információk terjesztésének. A politikai befolyás jelentős hatással van magára a közszolgálati tartalomra. Például a kormány által kezdeményezett menekültellenes népszavazási kampányban a közmédia beszámolóinak 91 százaléka negatív színben tüntette fel a menekülteket, ezzel is növelve a kormány álláspontjának támogatottságát (Democracy Reporting International 2016). A 2018-as választási kampányt illetően az EBESZ korlátozott választási megfigyelő missziója arra a következtetésre jutott, hogy „a közszolgálati műsorszolgáltató ... felerősítette a migrációellenes retorikát”. Továbbá:

...a közszolgálati műsorszolgáltató az M1-en sugárzott szerkesztőségi tudósításaiban elfogultságot mutatott a kormánykoalíció és a kormány javára, amely a híradások 61 százalékát kapta. Ennek több mint 90 százaléka pozitív hangvételű volt, míg az ellenzékéről szóló tudósítás a hírek 82 százalékában negatív hangvételű volt (OSCE 2018).

A dezinformációt – az orosz propaganda terjesztését – a közszolgálati (állami) média is alkalmazza eszközként (Bátorfy 2017). Például a magyar választások előtti délutánon a németországi Münsterben egy furgon belehajtott a tömegbe. A magyar közszolgálati televízió egész este iszlamista terrortámadásként számolt be erről az esetről, holott a német rendőrség már a nyomozás korai szakaszában kizárta az iszlamista forgatókönyvet. A szóban forgó furgon sofőrje valójában ismert volt a rendőrség előtt, és korábban mentális problémákkal küzdött. A magyar közszolgálati média jelenlegi formájában nem alkalmas arra, hogy a társadalom különböző rétegeit, a kulturálisan eltérő csoportokat és egyéneket a lehető legnagyobb mértékben megszólítani igyekvő, átfogó médiaszolgáltatást nyújtson.²¹

3. Piaci manipuláció és lágy cenzúra

Az illiberális médiapolitika meghatározó eszközei azok, amelyek jelentős mértékben növelik annak esélyét, hogy a kormány álláspontja elérje a közönséget, miközben csökkentik más álláspontok esélyét arra, hogy ugyanezt elérjék. Ezt a médiapiac szerkezetének alakításával, az úgynevezett „lágy cenzúra” vagy közvetett cenzúra révén érik el (Podesta 2009).

19 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról 86. §.

20 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról 102. §.

21 A médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 83. § (1) bekezdés a) pont.

A cenzúrának ez az új formája

...a kritikus véleménynyilvánítást olyan különféle intézkedésekkel kezeli, mint a büntető-eljárások, a büntető adóellenőrzések, a kormányzati reklámok manipulálása, valamint a vizuális erőszakra vagy a gyűlöletbeszédre vonatkozó, látszólag ésszerű tartalmi korlátozásokkal való visszaélés (Simon 2014: 614).

A magyarországi lágy cenzúra lényege a médiapiacok szerkezetét célzó önkényes állami beavatkozás, amelynek célja a médiavállalatok üzleti döntési szabadságának korlátozása. Az ilyen beavatkozások célja a kormány üzeneteinek terjesztését elősegítő vállalkozások erősítése a teljes médiaértékláncban. Ezzel párhuzamosan egy második cél is azonosítható: a kormányt kritikusan szemlélő médiumok pénzügyi életképességének gyengítése vagy akadályozása, illetve ezeknek a médiumoknak a kényszerítése arra, hogy felhagyjanak a kritikus nézetek közlésével. A lágy cenzúra hatásai fokozatosan mutatkoznak meg, de a teljes médiarendszer működésében tartós változásokat eredményeznek. A lágy cenzúra hatását a médiatulajdonosok és a médiamenedzsere közvetlenül érzékelik,²² és az ilyen beavatkozások e két csoport közvetítésével a szerkesztők és az újságírók munkájára is hatnak.

A lágy cenzúra jelensége alapvetően a médiavállalkozások piaci pozícióit befolyásoló szabályozásokhoz és médiapolitikai intézkedésekhez kapcsolódik. A tartalomszolgáltatók működését a leginkább az új piaci szereplők belépése vagy a piacon lévő médiavállalatok működésének bővítése zavarhatja meg, ha ezek nem valódi üzleti szándékot tükröznek, hanem inkább politikai célok motiválják őket. A piaci manipulációt olyan politikai indíttatású döntések teszik lehetővé, amelyek bizonyos piaci szereplők számára finanszírozási, műszaki vagy információs kapacitásokat tesznek elérhetővé, míg mások számára elérhetetlenné teszik ezeket. Ilyen esetekben a politikai kapcsolatokkal rendelkező vállalkozások, amelyek új tartalomszolgáltatásokkal vagy meglévő piaci erőforrások megszerzésével lépnek be a piacra, jellemzően a gazdaság más ágazataiban megtermelt pénzből finanszírozzák a médiapiacra végzett tevékenységüket. Fontos, hogy a máshol felhalmozott pénzeszközök nem függetlenek politikai kapcsolataiktól, ahogyan a médiapiacra való jelenlétük is fontos eszköz a politikai szférához fűződő kapcsolataik ápolásában.

Az ilyen beavatkozások révén a magyarországi médiumok egyre szélesebb köre került a kormánypártokhoz közel álló üzletemberek kezébe, miközben egyes kritikus médiumok eltűntek (Urbán 2016). 2014 előtt a kormánypárti médiabirodalom legfontosabb szereplője Simicska Lajos volt, a Fidesz gazdasági háttérembere, aki korábban a magyar adóhatóság vezetőjeként is dolgozott. A 2014-es országgyűlési választások után Simicska kapcsolata megromlott a miniszterelnökkel, és elvesztette a korábban kiváltságos hozzáférést az állami forrásokhoz, amelyek sikeressé tették médiabirodalmát. Médiabirodalmának egyes elemeit meg tudta tartani, de más médiumokat eladott vagy bezárt. A 2018-as parlamenti választások után bezárta a politikai napilapját (Magyar Nemzet) és a politikai talkrádióját (Lánchíd Rádió), de megtartotta utolsó médiaszolgáltatóját, a HírTV hírcsatornát (Urbán 2018b).

2014 után új, a kormánypárthoz közel álló szereplők léptek be a médiapiacra (Urbán 2016). Andrew Vajna, a hazai mozgóképipar támogatásáért felelős kormánybiztos a legnagyobb médiabirodalmat irányítja, és egyedüli tulajdonosa a magyar kaszinóknak. 2014-ben megvásárolta a TV2-t, a második legnagyobb magántévécsatornát, és elindította a Rádió1-et. Két regionális napilap is a tulajdonában van. Habony Árpád, a miniszterelnök tanácsadója és bizalmasa egy online hírportál tulajdonosa (888.hu), emellett egy nyomtatott és egy online bulvárlapot (Lokál) is működtet. Liszkay Gábor, aki korábban Simicska médiabirodalmának irányításáért felelt, ma egy kormánypárti politikai napilapot és egy politikai beszélgetős rádiót (Karc FM) üzemeltet Budapesten. Emellett vezető pozíciót tölt be egy Mészáros Lőrinc tulajdonában lévő kiadóvállalatnál is. Az utóbbi, a miniszterelnök közeli barátja, a médiapiac legújabb szereplője. Egy kiadóvállalat (Mediaworks) tulajdonosa, amely 12 regionális

22 Lásd a magyar médiamenedzserekkel 2016-ban készített interjúkról szóló kutatási eredményeket (Mérték Médiaelemző Műhely, Publicus Research 2016). A médiavezetők a sajtószabadságot érintő legsúlyosabb problémának a gazdasági kapcsolatokba való átláthatatlan és kiszámíthatatlan állami befolyást tartják.

napilapot és egy hírtelevíziót (Echo TV) működtet. Magyarország vezető online hírportálját (Origo.hu) 2015 végén adta el a Magyar Telekom (a német Deutsche Telekom leányvállalata). Az új tulajdonos a Nemzeti Bank elnökének fia.

Ezeknek az új szereplőknek a megjelenésével az elmúlt években a magyar médiapiac nemcsak erősen koncentrálttá vált, hanem néhány politikailag kötődő személy uralja azt. A probléma súlyosságát látványosan jellemzi, hogy az utolsó kritikus politikai napilap (Népszava) egy, az ellenzéki Magyar Szocialista Párthoz szorosan kötődő üzletember tulajdonában van. Ő az Orbán Viktorral kötött megállapodás alapján tudta megszerezni és finanszírozni a lapot (Rényi 2018).

Az úgynevezett lágy cenzúra nemcsak a tartalomszolgáltatók piacát, hanem a médiaértéklánc minden elemét alakítja. Magyarországon a műsorterjesztési piacba a legnyíltabb beavatkozás azáltal történt, hogy a magyar állam felvásárolta a korábban francia tulajdonban lévő Antenna Hungária földfelszíni digitális platformszolgáltatót. Bár a földfelszíni műsorszórás szerepe a közönségre gyakorolt hatása szempontjából ma már nem olyan nagy, mint korábban, az Antenna Hungária mégis jelentős hatással van a terjesztési piacra. Ez a vállalat biztosítja a digitális földfelszíni platformot, és dönti el, hogy mely csatornák szerepelnek a különböző műsorcsomagokban, továbbá az előfizetők mennyit fizetnek ezekért a csomagokért. Más szóval ez a vállalat olyan eszközöket kontrollál, amelyek lehetővé teszik, hogy befolyásolja az egyes csatornák piaci pozícióit. 2016-ban az Antenna Hungária úgy döntött, hogy kiveszi az európai hírcsatornát, az Euronews-t az ingyenesen fogható kínálatból, és helyette Andrew Vajna újonnan létrehozott és semmiféle piaci eredményt nem bizonyított csatornáit sugározza; az Euronews-nak nem volt jogorvoslati lehetősége a vállalat döntése ellen.²³

3.1. A reklámpiac torzítása

Az illiberális médiapolitika fontos eszköze a reklámpiac torzítása. A 2008-as pénzügyi válság miatt a magyar reklámpiac jelentősen beszűkült. A visszaesés egyenes következményeként az állami reklámok – beleértve az állami szervezetek és az állami tulajdonú vállalatok hirdetéseit – jelentősége arányosan megnőtt (Urbán 2015). Egy szakértői becslés szerint az állami költség 2017-ben 17 százalékot tett ki, ami 2016 és 2017 között 34 százalékkal nőtt (Mediapiac.com 2018). A nagy reklámköltségek ereje jól látható: a koncentrált költség olyan médiatermékek pénzügyi életképességét biztosítja, amelyek egyébként a piacon fenntarthatatlanok lennének. Az egyik magyar politikai napilap (Magyar Idők) például reklámbevételeinek 87 százalékát állami hirdetésekből szerzi (Urbán 2018a). 2017-ben 26 olyan médium volt, amelynek az állami hirdetésből származó reklámbevétele meghaladta az 50 százalékot; 2016-ban ez a szám csak öt volt. Ráadásul ezek a hirdetések egy másik célt is szolgálnak: fontos üzenetet közvetítenek a többi hirdető felé, hogy a médiapiac mely szereplőit „preferálja” a kormányzat. Az állami hirdetések kedvezményezettjeinek kiválasztásához használt kritériumok nincsenek szabályozva, és nem nyilvánosak.

Az uniós jog szerint az állami reklámok – beleértve az állami tulajdonú vállalatok reklámjait is – olyan „állami támogatásnak” minősülhetnek, amely torzítja a versenyt. Az államilag finanszírozott reklámok egyes médiumok közötti elosztásának meg kell felelnie a kampány célközönségének.²⁴ Az a hirdető, akinek a tevékenységét piaci megfontolások irányítják, az adott médium közönségelérése és különösen a médium azon képessége alapján dönt, hogy a közönség meghatározott célcsoportjait eléri. A kampány konkrét célkitűzései további megfontolásokra

²³ Az OLAF vizsgálja, hogyan vesztette el az Euronews az ingyenes kábeles műsorát Andy Vajna TV2-jének. *The Budapest Beacon*, 2016. IX. 19., <https://budapestbeacon.com/euronews-loses-free-cable-slot-to-andy-vajnas-tv2/>.

²⁴ Az Európai Bíróság ítélkezési gyakorlata szerint: „Az állami szerv vagy közzállalkozás által végrehajtott gazdasági ügyletek nem biztosítanak előnyt a másik fél számára, és ezért nem minősülnek támogatásnak, ha azokat a szokásos piaci feltételekkel összhangban hajtják végre” (az Európai Bíróság 1996. július 11-i C-39/94 [SFÉI és mások] ítélete). Ha tehát a kedvezményezett vállalkozás olyan gazdasági előnyhöz jut, amelyet rendes piaci feltételek mellett nem kapott volna meg, és ha ennek következtében a versenytársainál kedvezőbb helyzetbe kerül, akkor az állam már nem tekinthető olyan szereplőnek, amelynek intézkedései piaci megfontolásokon alapulnak (EB 2012. június 5-i C-124/10. sz. ítélet [Bizottság kontra Électricité de France]; EB 1994. március 15-i C-387/92. sz. ítélet [Banco de Credito Industrial SA, jelenleg Banco Exterior de España SA kontra Ayuntamiento de Valencia]). Ezeknek a kritériumoknak kell irányadónak lenniük a reklámok terjesztési gyakorlatának értékelése során is.

adhatnak okot, de ezeket mindig az elérni kívánt közönség alapján kell meghatározni, nem pedig egyszerűen azoknak a médiumoknak a kiválasztásával, amelyeket az állami hirdető támogatni akar a kampánnyal. A magyar állami reklámot azonban általában mankóként használják a gondosan kiválasztott, előnyben részesített csatornák, a kevésbé engedelmessé médiaszereplők kárára.

A magyar reklámpiaci manipuláció másik formája a politikai befolyás alkalmazása a médiaügynökségek és a *sales house*-ok piacán (Urbán 2015). A médiaügynökségek a reklámbevételek elosztásában betöltött szerepüknél fogva kulcsfontosságú szereplői a médiarendszernek. Nem kevésbé fontos a sales house-ok pozíciója: Az ilyen cégek a médiumok megbízásából azok reklámfelületeit értékesítik a hirdetők, illetve a médiaügynökségek részére (Pringle & Marshall 2012).

2014 óta a Nemzeti Kommunikációs Hivatal felelős a közszféra kommunikációjának koordinálásáért, az ehhez kapcsolódó közbeszerzési szerződések odaítélésének végrehajtásáért és felügyeletéért.²⁵ A kommunikációs erőforrások e központosítása lehetővé tette a kormány számára, hogy átfogóan alakítsa át a médiaügynökségek piacát. A Kommunikációs Hivatal felelős az állami intézmények hirdetéseinek elosztásával megbízott médiaügynökségek kiválasztásáért. E megbízások összértéke 2015-ben 25 milliárd forintot (kb. 83 millió eurót) tett ki. Az ilyen megbízásokat kapott három ügynökség közül kettő szoros személyes kapcsolatban áll a kormánypárttal (Rényi 2015). Ez a jogi és intézményi megoldás a lehető legcentralizáltabb és legellenőrzöttebb módja az állami reklámpénzek elköltésének.

A sales house-ok piacán is fontos fejlemények történtek. Eddig az RTL R-time néven működő értékesítőháza volt a piacvezető, de ez 2015 végén megváltozott. Egy kisebb, Atmedia nevű értékesítőház értékesítési megállapodást kötött a TV2-vel, majd átvette a magyar közszolgálati média reklámértékesítését is (Keszthelyi 2015). Így új piacvezető született, és tekintettel a TV2 tulajdonosi változásaira és a közszolgálati média erős politikai ellenőrzésére, ezeket a megállapodásokat aligha pusztán piaci megfontolások vezérelték. Az Atmediát 2016-ban egy, a Fideszhez erősen kötődő üzletember, Tombor András vásárolta meg.²⁶

4. Az információs környezet manipulálása, a diszkurzív napirend irányítása

Ha maga a médiarendszer a hardver, akkor az információ és a politikai üzenetek a rajta futó szoftverek. A Fidesz médiapolitikájának és médiastratégiájának további fontos eleme a közbeszéd hatékony és folyamatos ellenőrzése. A médiatartalmak közvetett befolyásolásának hatékony módja az újságírók munkakörülményeinek alakítása. A növekvő bizonytalanság – párosulva az egyre harsányabb, egyszerű, az érzelmekre ható üzenetekkel – ugyancsak a diskurzus manipulálását és irányítását szolgálja (European Commission for Democracy Through Law 2015). Ugyanígy a közérdekű információkhoz való hozzáférés korlátozása és az üzenetek összehangolt terjesztése is alapvető eszköze ennek a médiapolitikának.

4.1. Fokozódó öncenzúra

A magyar médiaszabályozási környezettel kapcsolatos visszatérő kritika, hogy az jogi kötelezettségekkel és súlyos szankciókkal való fenyegetéssel gátolja a szabad véleménynyilvánítást – nemcsak az audiovizuális médiaszolgáltatások, hanem a sajtó és a nem audiovizuális online szolgáltatások terén is (European Commission for Democracy Through Law 2015).

A magyar médiatörvények alkalmazási köre igen széles: a műsorszolgáltatáson és más audiovizuális médiumokon kívül a teljes nyomtatott és online sajtót a médiahatóság adminisztratív ellenőrzése alá vonják. Az eddig

25 Lásd a kormány 247/2014. (X. 1.) számú rendeletét.

26 Az Opus Global televíziós akvizíciókat hajt végre. *The Budapest Business Journal*, 2017. XII. 19., https://bbj.hu/business/opus-global-makes-television-acquisitions_143177.

polgári vagy büntetőjogi keretek között szankcionálható jogsértések (például a magánélet védelmével vagy a gyűlöletbeszéddel kapcsolatos ügyek) így közigazgatási szankciókat is vonnak maguk után. A Médiatanács az a szerv, amely e közigazgatási rendelkezések alkalmazásáért felelős, és így az újságírói tevékenységekre is kiterjed a hatásköre (Nagy & Lehóczki 2014). A médiahatóság által indított vizsgálat veszélye elég ahhoz, hogy megbénítsa egy szerkesztőség működését (European Commission for Democracy Through Law 2015).

Az elmúlt évek során az médiapiac fokozatosan elvesztette gazdasági önállóságát. Ennek következtében a kiadók és a szerkesztők egyre inkább függenek azoktól, akik finanszírozzák őket, legyenek azok piaci szereplők vagy az állami pénzekért felelősek. Az újságírók és a szerkesztők így a finanszírozók érdekeihez igazodnak, még akkor is, ha ez a közérdek rovására megy. 2015-ben a magyarországi médiaszabadságról készült felmérésben részt vevő magyar újságírók 66 százaléka vélte úgy, hogy egy-egy médiatermék pénzügyi stabilitása „függ” vagy „jelentősen függ” a mindenkorai politikai helyzettől. A médiapiac működését azonban a gazdasági nyomás is torzítja. Ebben a felmérésben a válaszadó újságírók 43 százaléka tapasztalt nagy gazdasági nyomást a médiapiacra, és 42 százalékuk érezte úgy, hogy ez a nyomás olyan mértékű, hogy korlátozza a sajtószabadságot (Mérték Médiaelemző Műhely 2016). A magyarországi jogi és gazdasági feltételek összességükben nem kedveznek a szabad és kritikus újságírás gyakorlásának, és olyan környezetet eredményeznek, amelyben a közérdekű információk közzétételéért nehéz – vagy akár megnyerhetetlen – harcot kell vívni.

A politikai és a gazdasági nyomás egyik következménye az öncenzúra, amely mindig az újságírók valós vagy vélt negatív következményektől való félelméből fakad. Ennek megfelelően az újságírók még akkor is hajlamosak a valós vagy a vélt elvárásoknak megfelelően alakítani a médiatartalmakat, ha az állam nem vizsgálja előzetesen a teljesítményüket. A korábban idézett felmérés azon kérdésére, hogy „Előfordult-e már, hogy újságíróként végzett szakmai munkája során politikai vagy gazdasági tényeket elhallgatott/elferdített valamilyen hátrányos következmény elkerülése érdekében?”, 2015-ben minden harmadik újságíró igennel válaszolt. Az öncenzúra a leggyakrabban egy adott téma elhallgatásában, bizonyos szakértők megkérdezésének kerülésében, illetve bizonyos szavak használatának elkerülésében vagy más szavak indokolatlan használatában nyilvánul meg (Navratil 2014). Az online és a nyomtatott médiában dolgozók körében közel azonos azoknak az újságíróknak a száma, akik főszerkesztőjük utasítására hallgattak el információkat. A médiatulajdonosok hasonló jellegű beavatkozásai azonban sokkal gyakoribbak a nyomtatott sajtóban – a nyomtatott sajtóban dolgozók 57 százaléka, míg az online médiában dolgozóknak csak 31 százaléka számolt be ilyen tapasztalatról (Mérték Médiaelemző Műhely 2016).

4.2. Korlátozott hozzáférés a nyilvános információkhoz

Viszonylag új jelenség a média és a Fidesz kapcsolatában a kritikus médiumok rendszeres szabotálása és lejáratása (Polyák 2017). Ez a gyakorlat egyrészt lehetetlenné teszi a közügyekről való átfogó tudósítást, másrészt alkalmas az érintett médiumok hitelességének aláásására.

A parlamenti közvetítésekre vonatkozó szabályok alapján az újságírók csak néhány, pontosan meghatározott helyszínen készíthetnek felvételeket; e szabályok kidolgozására és betartatására az Országgyűlés elnöke rendelkezik kizárólagos hatáskörrel.²⁷ Az elnök rendszeresen használja ezeket a szabályokat arra, hogy egyes újságírókat, sőt egész szerkesztőségeket is kitaltsa az Országházból. 2018-ban például minden újságírót kizártak az új parlament nyitóüléséről.²⁸

Az információhoz való hozzáféréssel kapcsolatos problémák ennél is mélyebbre nyúlnak: a kormány megtiltja egész ágazatoknak, különösen a közoktatási és az egészségügyi intézmények vezetőinek és munkatársainak (Kuslits 2016), hogy a kormány előzetes engedélye nélkül nyilatkozzanak a médiának. Sőt a teljes kormányzati apparátusnak tilos bizonyos médiumokkal beszélnie. A kritikus médiának dolgozó újságírók még a politikusok

27 Lásd <http://www.parlament.hu/a-sajtotudositas-rendje>.

28 Még meg sem alakult az új parlament, egy indexest máris kitiltottak. *Index*, 2018. V. 4., https://index.hu/belfold/2018/05/04/parlament_index_kitiltas/#.

által összehívott sajtótájékoztatókon sem tehetnek fel kérdéseket, és arra is volt példa, hogy a kormányzóvivő leszidott egy külföldi újságíró, aki megpróbált kérdést feltenni egy sajtótájékoztatón.²⁹

2018 márciusában Orbán Viktor nem volt hajlandó válaszolni az akkor kormánykritikus HírTV által feltett kérdésekre, és a televíziós csatornát „fake news”-nak minősítette.³⁰ A kormánypárti politikusok diszkriminatív és megalázó gyakorlata arra szolgál, hogy kizárják a közügyekkel kapcsolatos kritikát a közbeszédből, miközben magával a sajtóval szemben erősen ellenséges hangulatot szítsanak.

4.3. Az állami propaganda szerepe

A Fidesz 2015 óta folyamatosan és sikeresen törekszik arra, hogy a menekültválság és a bevándorlás továbbra is a politikai napirenden maradjon, olyannyira, hogy a magyar politikai diskurzust meghatározó kérdéssé váljon (Bernát & Messing 2015: 7-17). A migránsokat mint a politikai kommunikáció fókuszát a magyar emberekre és Európára leselkedő fenyegetésként állítják be, olyan fenyegetésként, amellyel szemben csak a Fidesz képes fellépni. A migrációs „válság” inkább képzelt vagy kitalált, mint valós. Az ezt a „válságot” leíró diszkurzív minták könnyen alkalmazhatók más „ellenségekre” is, például a civil szervezetekre, Soros Györgyre vagy akár „Brüsszelre” és az ENSZ-re – bárkire vagy bármilyen intézményre, aki vagy amely a migránsok jólétéért vagy biztonságáért dolgozik (Bede 2017). Azzal, hogy Orbán Viktor ezek ellen az intézmények és személyek ellen harcol, a liberalizmus azon értékeinek képviselőiként jelöli ki őket, amelyekkel szemben ő magát definiálja. A migráció tehát a liberális értékek helyettesítője. A politikai kommunikációnak ez a módja egyértelműen propagandának nevezhető (Bajomi-Lázár & Horváth 2013: 219–237). Plakát- és médiakampányok, valamint a politikusok gyakori, a menekült- és bevándorlásellenes szenvedélyeket szítani igyekvő megjegyzései mellett úgynevezett „nemzeti konzultációkat” is szerveztek. Ezek teljesen nélkülözik a jogi vagy a szakmai alapot, mégis azt állítják, hogy ezek jelentik az egyetlen helyes cselekvési irányt ebben a kérdésben.

A kormány a kültéri reklámkampányok és a Fidesz-közeli médiában megjelenő hirdetések segítségével időnként saját sikereit hirdeti, de még gyakrabban támadja az *aktuális* ellenséget (az „illegális migránsokat”, „Brüsszelt”, „Sorost”) a negatív üzenetek könnyörtelen – és közpénzből fizetett – áradatában. A kormány 2017-ben 23 millió eurót költött a „Állítsuk meg Brüsszelt” kampányra, és további 7,5 millió eurót a Soros-ellenes kampányra (Erdélyi 2018).

Annak ellenére, hogy még a médiatörvény is úgy rendelkezik, hogy politikai reklámnak minősül „a kormány ... népszerűsítését szolgáló vagy támogatására ösztönző”³¹ műsorszám, és politikai reklámot csak kampányidőszakban lehet közzétenni, a kormány a Fidesz-közeli médiumokat használja a politikai üzenetek terjesztésére. A Mérték Médiaelemző Műhely 2015 óta négy panaszt nyújtott be a Médiatanácshoz, rámutatva a kormány televíziós és rádiós kampányainak jogszabálysértéseire. A Médiatanács azonban elutasította vagy figyelmen kívül hagyta ezeket a panaszokat az olyan üzenetekkel szemben, mint a „A magyar reformok működnek!”, „Tudta? Brüsszel egy egész városnyi illegális migránst akar betelepíteni Magyarországra!”, „A Soros-terv – Ne hagyjuk válasz nélkül!” (Polyák 2018). A Médiatanács úgy döntött, hogy ezek az üzenetek releváns közérdekű információkat tartalmaznak, ezért bármikor sugározhatók.³²

A kormányzati kampányok a választási kampányban a közösségi médiára is kiterjedtek. A kormánypárt számos aktivistát koordinált a kampányüzenetek terjesztésére a közösségi médiában. A hagyományos média Fidesz-dominanciája miatt azonban a közösségi média nem volt elsődleges kampányeszköz a 2018-as kampányban.

29 Azt akarja, hogy kikísérjem a teremből? *Magyar Nemzet*, 2018. II. 18., <https://mno.hu/belfold/kovacs-zoltan-azt-akarja-hogy-kikiserjem-a-terembol-2447668>.

30 Trumpi diskurzus: Orbán Viktor szerint fake newst gyárt a Hír TV. *HírTV*, 2018. III. 10., <https://hirtv.hu/ahirtvhirei/trumpi-diskurzus-orban-viktor-szerint-fake-newst-gyart-a-hir-tv-2452743>.

31 A médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 203. § 55. pont.

32 Lásd a Médiatanács 160/2016. (II. 9.) sz. határozatát. Csak az első panaszra alapozott ügyet zárták le hivatalos határozattal, a további ügyben a panaszos csak egy informális levelet kapott a Médiatanácstól (Polyák 2018).

5. Záró megjegyzések

Magyarország ideális laboratóriummá vált az illiberális médiapolitika eszközeinek tökéletesítéséhez. A médiapiac mérete, a pénzügyi válság, a központosított közélet, Orbán Viktor korábbi politikai sérelmei fontos tényezői voltak a közelmúlt helyzetének. Ami a következményeket illeti, a Fidesz-kormány médiapolitikája és politikai kommunikációja tudatosan erősítette a nyilvánosság, végső soron a társadalom polarizációját. A közbeszéd 2010 óta rendkívüli mértékben polarizálódott, aminek következtében a kormánybarát és a kormánykritikus média mindenkori közönsége ellentétes és egymásnak ellentmondó valóságértelmezésekkel találkozik.

Irodalom

Bajomi-Lázár, Péter (2014): *Party Colonisation of the Media Central and Eastern Europe*. Budapest & New York: The Central European University Press.

Bajomi-Lázár, Péter & Dorika Horváth (2013): The Continued Relevance of the Concept of Propaganda. Propaganda as Ritual in Contemporary Hungary. *Global Media and Communication*, vol. 9, no. 3, pp. 219–237.

Bátorfy Attila (2017): A kormánypárti sajtó és a közmédia is terjeszti a putyinista propagandát Magyarországon. *Átlátszó*, 2017. IV. 28., <https://atlatszo.hu/2017/04/28/a-kormanyparti-sajto-es-a-kozmedia-is-terjeszti-a-putyinista-propagandat-magyarorszag/>.

Bede, Márton (2017): Analysis: Hungarian Taxpayers Fund Unique ‘Fake News’ Industry. *International Press Institute*, 2017. XI. 16., <https://ipi.media/analysis-hungarian-taxpayers-fund-unique-fake-news-industry/>.

Bernát Gábor & Messing Vera (2015): Bedarálva. A menekültekkel kapcsolatos kormányzati kampány és a tőle független megszólalás terepei. *Médiakutató*, 16. évf. 4. sz. 7–17. o.

Democracy Reporting International (2016): Hungary’s state-owned TV shows bias in EU-refugee referendum, <https://democracy-reporting.org/hungarys-state-owned-tv-shows-bias-in-eu-refugee-referendum/>.

Ember Zoltán (2016): Pecina, a rejtélyes osztrák milliárdos, aki Orbánnal üzletelhetett a Népszabadságról. *24*, 2016. X. 13., <https://24.hu/belfold/2016/10/13/pecina-a-rejtelyes-osztrak-milliardos-aki-orbannal-uzletelhetett-a-nepszabadsagrol/>.

Erdélyi, Katalin (2018): Tavaly 12 milliárdot költött sorosozós reklámkampányokra a kormány. *Átlátszó*, 2018. II. 2., <https://atlatszo.hu/2018/02/02/tavaly-12-milliardot-koltott-sorosozos-reklamkampanyokra-a-kormany/>.

European Commission for Democracy Through Law (2015): Opinion on Media Legislation (Act CLXXXV on Media Services and on the Mass Media, Act CIV on the Freedom of the Press, and the Legislation on Taxation of Advertisement Revenues of Mass Media) of Hungary, Strassburg.

Góra, Magdalena & Katarzyna Zielińska, eds. (2013): *Democracy, State, and Society: European Integration in Central and Eastern Europe*. Krakow: Jagiellonian University Press.

Gross, Peter & Karol Jakubowicz, eds. (2012): *Media Transformations in the Post-communist World: Eastern Europe’s Tortured Path to Change*. Plymouth: Lexington Books.

Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2012): Comparing Media Systems between Eastern and Western Europe. In: Peter Gross & Karol Jakubowicz (eds.): *Media Transformations in the Post-communist World: Eastern Europe’s Tortured Path to Change*, pp. 15–33. Washington: Lexington Books.

Jakubowicz, Karol (2007): *Rude Awakening: Social and Media Change in Central and Eastern Europe*. New York: Hampton Press.

Jakubowicz, Karol & Miklós Sükösd, eds. (2008): *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol, Chicago: IntellectBooks.

Keszthelyi, Krisztián (2015): Magyar Broadcasting Co., Atmedia Kft. sign agreement. *The Budapest Business Journal*, 2015. XI. 4., https://bbj.hu/business/magyar-broadcasting-co-atmedia-kft-sign-agreement_106644.

- Kleinsteuber, Hans J. (2010): Comparing West and East: A Comparative Approach to Transformation. In: Boguslawa Dobek-Ostrowska, Michal Glowacki, Karol Jakubowicz & Miklós Sükösd (eds.): *Comparative Media Systems. European and Global Perspectives*, pp. 23–41. Budapest & New York: CEU Press, <https://doi.org/10.1515/9786155211898>.
- Kuslits Szonja (2016): Letiltott egészségügyi nyilatkozatok? *Magyar Nemzet*, 2016. XII. 8., <https://mno.hu/belfold/letiltott-egeszsegugyi-nyilatkozatok-1375367>.
- Martin, József Péter & Miklós Ligeti (2017): Hungary. In: Alberto Bitonti & Phil Harris (eds.): *Lobbying in Europe. Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries*, pp. 177–193. London: Palgrave MacMillan.
- Mediapiac.com (2018): Nagyobb lett a Reklámtorta minden szelete. 2018. II. 28., <http://www.mediapiac.com/mediapiac/Nagyobb-lett-a-Reklamtorta-minden-szelete/113466/>.
- Mertek Media Monitor (2016): The Methods Are Old, The Cronies Are New. Soft Censorship in The Hungarian Media in 2015, http://mertek.eu/wp-content/uploads/2017/02/Mertek_Fuzetek_9_ISBN.pdf.
- Mertek Media Monitor (2017): Soft Censorship in Hungary in 2016: When Propaganda Rules Public Discourse, <http://mertek.eu/wp-content/uploads/2017/10/MertekFuzetek12.pdf>.
- Mérték Médiaelemző Műhely & Publicus Reseach (2016): A médiamenedzserek a sajtószabadságról, <http://mertek.eu/wp-content/uploads/2016/07/mediamenedzser2016.07.18.pdf>.
- Nagy Krisztina (2016): Abnehmende Vielfalt auf dem lokalen Radiomarkt. In: Bernd Holznagel & Gábor Polyák (eds.): *Medienfreiheit unter Druck. Medienregulierung und Medienpolitik in Ungarn*, pp. 108–122. Berlin, Kassel: B&S Siebenhaar Verlag.
- Nagy Krisztina & Timár János (2018): Jusztíciá mérlegén a Médiatanács. *Mérték Blog*, 2018. III. 14., <https://mertek.atlatszo.hu/juszticia-merlegen-a-mediatanacs/>.
- Nagy Krisztina & Lehóczki Zsófia (2014): A médiatartalomra vonatkozó előírások a Médiatanács gyakorlatában 2011–2013. In: Polyák Gábor & Uszkiewicz Erik (szerk.): *Foglyul ejtett média. Médiaipolitikai írások*, 105–148. o. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Navratil, Szonja (2014): A Mérték Médiaelemző Műhely sajtószabadság-indexe. In: Polyák Gábor & Uszkiewicz Erik (szerk.): *Foglyul ejtett média. Médiaipolitikai írások*, 148–188. o. Budapest: Gondolat Kiadó.
- OSCE Limited Election Observation Mission (2018): Hungary – Parliamentary Elections, 8 April 2018. Statement of preliminary findings and conclusions, <https://www.osce.org/odihr/elections/hungary/377410?download=true>.
- Pap András L. (2017): *Democratic Decline in Hungary: Law and Society in an Illiberal Democracy*. Abingdon & New York: Routledge.
- Podesta, Don (2009): Soft Censorship: How Governments Around the Globe Use Money to Manipulate the Media, A Report to the Center for International Media Assistance, <http://www.cima.ned.org/resource/soft-censorship-how-governments-around-the-globe-use-money-to-manipulate-the-media/>.
- Polyák Gábor (2017): Hungary. In: Francisco Blázquez, Javier Cabrera & Sophie Valais (eds.): *Journalism and Media Privilege*, pp. 60–68. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Polyák Gábor (2018): *A propaganda visszaszorításának intézményi-szabályozási keretei*. Kézirat.
- Polyák Gábor & Rozgonyi Krisztina (2015): Monitoring Media Regulators' Independence – Evidence-based Indicators, Hungarian experience. *International Journal of Digital Television*, vol. 6, no. 3, pp. 257–273, https://doi.org/10.1386/jdtv.6.3.257_1.
- Polyák Gábor & Urbán Ágnes (2016): Az elhalkítás eszközei. *Médiakutató*, 16. évf. 3–4. sz. 109–123. o.
- Pringle, Hamish & Jim Marshall (2012): *Spending Advertising Money in the Digital Age. How to navigate the media flow*. London, Philadelphia, New Delhi: KoganPage.
- Puddington, Arch (2017): *Breaking Down Democracy: Goals, Strategies, and Methods of Modern Authoritarians*. Washington: Freedom House, https://freedomhouse.org/sites/default/files/June2017_FH_Report_Breaking_Down_Democracy.pdf.
- Rényi Pál Dániel (2015): Köztük oszt ki az állam 25 milliárdot kommunikációs munkákra. *444*, 2015. VIII. 7., <https://444.hu/2015/08/07/ok-harman-osztoznak-az-allami-cegek-25-milliardjan>.

Rényi Pál Dániel (2018): Orbán lerendelte magához Hatvanpusztára Puch Lászlót, hogy vegye meg neki a Népszavát. *444*, 2018. III. 9., <https://444.hu/2018/03/09/orban-lerendelte-magahoz-hatvanpusztara-puch-laszlot-hogy-vegye-meg-neki-a-nepszavat>.

Simon, Joel (2014): *The New Censorship: Inside the Global Battle for Media Freedom*. New York: Columbia University Press. E-book version, <https://doi.org/10.7312/columbia/9780231160643.001.0001>.

Urbán Ágnes (2015): Distortions in the Hungarian Media Market: the Impact of State Advertising on Competition in the Media. In: Mónica Herrero & Steve Wildman (eds.): *The Business of Media: Change and Challenges*, pp. 144–157. Porto Ramada: Media XXI: Formalpress.

Urbán Ágnes (2016): *Recent Changes in Media Ownership*. Mérték Media Monitor, http://mertek.eu/wp-content/uploads/2016/11/mertek_media_owners2016.pdf.

Urbán Ágnes (2018a): Állami reklámköltés: teljes letámadás. *Kézirat*.

Urbán Ágnes (2018b): The end of Magyar Nemzet. *Mértékblog*, 2018. IV. 16., <https://mertek.atlatszo.hu/the-end-of-magyar-nemzet/>.

Voltmer, Katrin (2012): Comparing Processes: Media, “Transitions,” and Historical Change. In: Daniel C. Hallin & Paolo Mancini (eds.): *Comparing Media Systems Beyond the Western World (Communication, Society and Politics)*, pp. 224–245. Cambridge: Cambridge University Press.

Zakaria, Fareed (1997): The Rise of Illiberal Democracy. *Foreign Affairs*, vol. 76, no. 6, pp. 22–43, <https://doi.org/10.2307/20048274>.

Dr. Polyák Gábor jogász, kommunikációs szakember. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kara Média- és Kommunikáció Tanszékének tanszékvezető egyetemi tanára, a Társadalomtudományi Kutatóközpont Jogtudományi Intézetének tudományos főmunkatársa. A Mérték Médiaelemző Műhely nevű civil szervezet vezetője. Legutóbbi írása a Médiakutatóban: „Az álhír fogalmának átalakulása a közszolgálati híradóban” (Bódi Jenővel és Urbán Ágnessel, 2022. tavasz). Email: polyak.gabor@btk.elte.hu

Bátorfy Attila

Egy autoriter médiarendszer felé tartó ország: Magyarország

A magyar sajtószabadság eróziója folyamatosan és jól dokumentált, a külföldi érdeklődők számára is hozzáférhető tény. A politikatudománynak vannak egymással vitatkozó elméletei a magyar politikai berendezkedés rendszerszintű értelmezéséről, viszont a magyar médiaszintér tulajdonságainak elméleti szintű megközelítései szórványosak és hiányosak. Ebben a tanulmányban a 2010 óta hatalmon lévő Orbán-kormányok által önkényesen – adminisztratív-szabályozási, állami finanszírozási és kommunikációs eszközökkel – átalakított magyar médiarendszer tulajdonságainak leírása alapján arra teszek kísérletet, hogy elhelyezzem azt a klasszikus és újabb médiarendszer-elméletek között, és ezzel kiegészítsem az eddigi megfigyeléseket néhány újabbal. Rámutatok arra, hogy Orbán Viktor médiával kapcsolatos tekintélyelvű elképzelései már legalább az első kormányzása óta világosak voltak, és amellet fogok érvelni, hogy noha a magyar médiarendszer a kevert jellegzetességei ellenére nem passzol egyetlen médiarendszer-elméletbe sem, ez csakis annak köszönhető, hogy ezek az elméletek utólag rajzolnak kontúrokat a dinamikusán változó médiatereteknek. Ennek belátása véleményem szerint abban segíthet bennünket, hogy a hatalom és a média viszonyának vizsgálatakor azonosíthassuk a médiarendszerek archetípusait. Ezt a média autoriter átalakításhoz használt eszközök és hatásaik bemutatásán keresztül teszem meg, és amellet fogok érvelni, hogy a magyar médiarendszer a Siebert, Peterson és Schramm (1956/1984) által felállított kategóriák közül dinamikájában az autoriter és ezen belül is a szovjet-kommunista típusú médiarendszerhez hasonlít.¹

Kulcsszavak: médiarendszerek, médiaszabadság, politika és média, politikai befolyás, sajtószabadság

Hungary: A Country on the Path Toward an Authoritarian Media System

The erosion of the freedom of press in Hungary is a constantly and well-documented fact, accessible to foreign visitors. Political science has competing theories for a systemic understanding of the Hungarian political establishment, but theoretical approaches to the characteristics of the Hungarian media landscape are sporadic and incomplete. In this paper, based on a description of the properties of the Hungarian media system, which has been arbitrarily transformed by the Orbán governments in power since 2010 through administrative-regulatory, state funding and communication tools, I attempt to situate it between classical and recent media system theories and thus complement the observations made so far with some new ones. I will point out that Orbán's authoritarian ideas about the media have been clear at least since his first government and argue that although the Hungarian media system, despite its mixed features, does not fit into any media system theory, this is only because these theories draw the contours of the dynamically changing media spaces after the fact. Recognising this, I believe, can help us to identify archetypes of media systems when examining the relationship between power and media. I will do this through an illustration of the tools and their effects used for authoritarian media transformation and will argue that the Hungarian media system, among the categories established by Siebert, Peterson and Schramm, is similar in its dynamics to the authoritarian and the Soviet-communist media systems.

Key words: freedom of press, media and politics, media freedom, media system theories

¹ A 2018-ban írt tanulmány eredetileg „Hungary: A Country on the Path Toward an Authoritarian Media System” címmel jelent meg 2019-ben az akkor ismert adatok és folyamatok alapján itt: Angelos Giannakopoulos (ed.): *Media, Freedom of Speech and Democracy in the EU and Beyond*, pp. 31–47. Tel-Aviv: Tel-Aviv University. S. Daniel Abraham Center for International and Regional Studies. A szerző nézetei azóta néhány dologban módosultak és finomodtak, jelenlegi nézeteit lásd Bátorfy (2022).

1. Bevezetés

2018. november 28-án az addig a kormánypárthoz kötődő médiavállalkozók közösen összesen 476 televíziót, rádiót, nyomtatott lapot, hírportált és plakátcéget adtak át ingyenesen az alig néhány hete létező Közép-Európai Sajtó- és Média Alapítványnak (KESMA). Ezeket a médiumokat a médiakutatók addig is egységes, többnyire központilag irányított kormánypropaganda-konglomerátumként kezelték, ám a külföld felé addig nehéz volt adatalapon amellet érvelni, hogy ezek a médiavállalkozások csak papíron függetlenek, hiába van tizennégy tulajdonosuk, valójában egyetlen nagy halmaz elemei. A magyar médiakutatók számára ez a fejlemény annyiban hozott új helyzetet, hogy ez a cégszerűen is megmutatózó koncentráció jelentős mértékben megkönnyíti a további, egyébként sokszor kifejezetten fárasztó érvelést. Ekkora, egy kézben koncentrálódó médiabirodalom a szocialista pártállami sajtó 1989-es megszűnése óta nem volt Magyarországon. A kormánypárti cégek összesített árbevétele 2017-ben összesen 35,6 millió euró volt, ami a teljes magyar médiapiac összesített árbevételének 43 százaléka (Whitereport-CEU CMDS 2019). Az alapítványi formában felálló médiamonstrumot a miniszterelnök rendeletével „nemzetstratégiai jelentőségű” és „közérdekű” címkével látták el, hogy a Gazdasági Versenyhivatal ne folytathassa le a versenyfelügyeleti eljárást, csak jóváhagyja az egyesülést. A kormánypárti delegáltakból álló Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) pedig hivatalból eljárást indíthatott volna a médiakoncentráció megállapítására és az összefonódás megtiltására, de ezt ebben az esetben nem tette meg. A magyar média helyzetére korábban érzékenyen reagáló Európai Unió szervei erre a felállásra már nem reagáltak, az ellenzéki szocialisták és a Magyar Újságírók Országos Szövetsége az Alkotmánybírósághoz fordultak, a Szabad Pécs nevű vidéki hírportál és a Társaság a Szabadságjogokért nevű civil szervezet pedig 2019. január közepén a Fővárosi Törvényszéken támadta meg a fúziót, mert álláspontjuk szerint az eljárás több szempontból törvény- és alkotmányellenes volt, tovább torzítja a piaci viszonyokat, és súlyosan sérti a nyilvánosság sokszínű tájékozódáshoz való jogát. A perek jelenleg folyamatban vannak.

A kormány fenti lépése véleményem szerint nagyon jól megvilágítja, hogy a médiáról alkotott elképzelései érdekében milyen eszközökhöz hajlandó nyúlni. Egy ilyen mértékű centralizáció és koncentráció nem csupán az európai irányelvekkel ellentétes (CoE 2007 vö. Gálik 2010), hanem megsérti a hatályos magyar médiatörvény jelentős befolyásolási erőre (JBE), valamint a horizontális és vertikális koncentrációra vonatkozó korlátozásait is (Médiatörvény 2010: A67–70). Ahhoz, hogy az illetékes hatóságok ne tudják érdemben vizsgálni a koncentrációt, a magyar miniszterelnök – jelezvén, hogy ez számára különösen fontos ügy – egy saját maga által jegyzett rendelettel² a közérdekre és a nemzetstratégiai jelentőségre hivatkozva egy 2013 októberében elfogadott másik jogszabály (Act LVII 2013: A24, A96–97) alá rendelte a médiamonstrum működését, amely jogszabály lehetőséget ad a kormánynak arra, hogy a neki tetsző monopóliumokat és oligopóliumokat kivonja a verseny törvény azon rendelkezései alól, amelyek megakadályozhatnák a tisztességtelen piaci magatartást, az erőfölénnyel való visszaélést és a túlzott piaci koncentrációt. A médiahatóságnak még ugyan lett volna lehetősége saját hatáskörben vizsgálatot indítani, ám a száz százalékos kormánypárti delegáltakból álló hatóság ebben az esetben nem indított eljárást.

Van még egy fontos mozzanat az esetben: a nemzetre és a közérdekre való hivatkozás. Az Alapítvány által kiadott közleményben megjelölt célok között a következők szerepelnek: a nemzeti öntudat erősödését szolgáló tevékenység segítése, a helyi sajtó támogatása, a magyar írott sajtó megőrzése, a hagyományos nyomtatott magyar sajtókultúra megőrzése, a nemzeti értékeken alapuló magyar közbeszéd formálása és a nemzeti értékeket valló nemzedék felnevelése. Az alapítvány élére kinevezett egykori fideszes képviselő, az azóta lemondott Varga István pedig egy vele készült interjúban amellet érvelt, hogy az alapítvány létrehozásának oka a nemzeti, keresztény, konzervatív alapokon nyugvó, kiegyensúlyozott, hiteles tájékoztatás megteremtése volt a baloldali-liberális médiatúlsúllyal szemben.

² A Kormány 229/2018. (XII. 5.) Korm. rendelete a Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány által az ECHO HUNGÁRIA TV Televíziózási, Kommunikációs és Szolgáltató zártkörű Részvénytársaság, a Magyar Idők Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság, a New Wave Media Group Kommunikációs és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság, valamint az OPUS PRESS Zártkörűen Működő Részvénytársaság megszerzésének nemzetstratégiai jelentőségűvé minősítéséről, *Magyar Közlöny*, 2018. XII. 5. 229. o.

2. Elméleti háttér

A médiarendszer-elméletek szükségszerűen mindig torzítanak valamelyest, hiszen az egyes országok, régiók közös tulajdonságaira koncentrálnak, és azok alapján próbálnak kategóriákat létrehozni, míg a nyilvánvaló különbségeiket elkenik. Szintén közös ezekben az elméletekben, hogy alapvetően a nyugati világ liberális demokráciáinak szabad és plurális médiarendszereit tekintik zsinórmértéknek. Ez a normativitás a kritikák ellenére nem önkényes, mivel a demokráciák fejlettségi szintje és a sajtószabadság szintje összefügg: diktatúrákban a hatalmat ellenőrző, az állampolgárok tájékozottságához és átgondolt döntéseihez elengedhetetlen független, kritikus média nem létezik, csak propaganda.

Minden rendszerelmélet saját korának szülötte, csak a már megtörtént eseményekből, megfigyelt és dokumentált információkból tud dolgozni, a jövőt nem látja, nem láthatja előre. Ebből adódóan számos elmélet tűnhet idejétmúltnak vagy részlegesnek. Problematikus, hogy a rendszerelméletek ritkán képesek megragadni a változások dinamikáját, ezért tűnhetnek egyes kategóriák rugalmatlannak. A rendszerelméletek sajátja továbbá, hogy tipizálnak, sűrítenek, így csak korlátozottan, megkötésekkel érvényesek. Mindez elvezethetne bennünket Colin Sparks (2017) azon kérdéséhez, hogy amennyiben a médiarendszerek ennyire különbözőek, a kategóriákkal pedig ennyi baj van, úgy összehasonlíthatók-e egyáltalán a médiarendszerek. Úgy gondolom, hogy noha a fentebbi kérdéseket figyelembe véve kell értékelni a médiarendszer-elméleteket, mégis az egyes médiarendszereknek vannak olyan leírható tulajdonságaik, amelyek alapján külön típusokként azonosíthatók.

A médiarendszer-elméletek első, a további elméletek kiindulópontját jelentő klasszikusa Fred Siebert, Wilbur Schramm és Theodore Peterson 1956-ban megjelent, azóta több kiadást is megélt *Four Theories of Press* című könyve. Történeti vizsgálódásaik során az azonosított jellemzők alapján négy ideológiavezérelt sajtórendszert különböztettek meg:³ a tekintélyelvűt, a libertáriust, a társadalmilag elkötelezettet és a szovjet típusút. Ezeket a típusokat én archetípusoknak tekintem, mivel úgy vélem, hogy a típusok mögött meghúzódó ideológiák – ha különböző mértékben is – a mai napig velünk élnek.⁴ Természetesen ritka, hogy ezek az archetípusok egy országon belül sokáig érvényben legyenek, vegytiszta formájában csak a szovjet-típusú médiarendszer élt a kommunista Szovjetunióban és csatlósállamaiban, illetve a szélsőségesen autoriter médiarendszer a náci Németországban, a fasiszta Olaszországban és más autoriter rezsimekben. Ugyanakkor a tekintélyelvű, a libertárius és a társadalmilag felelősségvállaló archetípusok plurális médiapiacokon egyszerre is tudnak érvényesülni, de – mint látni fogjuk – még a szovjet típusú médiarendszer tulajdonságai is virulensek lehetnek egy kevert, plurális médiarendszeren belül.

A médiarendszer-elméletek másik nagy hatású, alighanem legtöbbet idézett, éltetett és kritizált műve Daniel C. Hallin és Paolo Mancini 2004-ben megjelent *Comparing Media Systems* című hatalmas tanulmánya, amelyben azt vizsgálták, hogy a politikai berendezkedés korrelál-e a médiatér leírható tulajdonságaival, és ha igen, akkor milyen mértékű ez a politikai párhuzamosság. Megfigyeléseik és adataik alapján ők három médiarendszert különböztettek meg (Hallin & Mancini 2004/2008: 107–274): a mediterrán vagy polarizált-sokszínű modellt, az észak-közép-európai vagy demokratikus-korporatív modellt, illetve az észak-atlanti vagy liberális modellt. Ennek a tanulmánynak nem témája Hallin és Mancini módszertana, kategóriái és elmélete nyomán szétburjánzó kritikai szövegkorpusz bemutatása,⁵ de Magyarország szempontjából döntő, hogy Közép- és Kelet-Európa posztszocialista országaival akkor nem foglalkoztak, csak később, a kritikák hatására kísérelték meg az elméletet kiterjeszteni más régiókra, kontinensekre is (Hallin & Mancini 2012).

Részben ennek a hiányosságnak is köszönhető, hogy a *Comparing Media Systems* összehasonlító módszertanából kiindulva, azt továbbgondolva a régió médiakutatói igyekeztek a posztszocialista országokat is feltenni a térképre, és több hasonlóságot állapítottak meg Hallinék mediterrán-polarizált sokszínű modelljével.

3 A szerzők a korszak adottságai miatt szinte kizárólag a nyomtatott sajtóval és az újságírással foglalkoztak, ezért könyvükben sajtórendszerekről beszélnek. Értelemszerűen ma már médiarendszert használunk, én is médiarendszerekként használom a kategóriáikat.

4 A négy alapkategóriát többen igyekeztek kiegészíteni, jelentős hozzájárulás az elmélethez Robert Picard (1985) demokratikus-szocialista kategóriája.

5 A kritikákat összefoglalja és azokat további szempontokkal bővíti legújabbban Sparks (2017: 36–64).

Nem előzmények nélkül. Számos kutató (Splichal 1994, Wyka 2007, Jakubowicz & Sükösd 2008, Sipos 2010, Bajomi-Lázár 2017a) a régió médiapiacainak átalakulásában párhuzamot és analógiákat látott a Berlusconi-féle olasz médiamodellel, így a posztoszocialista közép- és kelet-európai médiaátalakulásokat, köztük a magyart is nevezték olaszosodásnak, mediterránizációnak, illetve berlusconizációnak is.

Ugyanakkor az új, kiegészítő elméletekben azonban mindenképpen közös, hogy a posztoszocialista országok médiarendszereiben egyfajta kevert, nyugat, kelet és dél határain ingadozó, átmeneti, harmadikutas fejlődést azonosítottak, de az országok között számos, nem pusztán árnyalatnyi különbözörségre is rámutattak (Jakubowicz & Sükösd 2008, Dobek-Ostrowska et al. 2010, Mihelj & Downey 2012, Dobek-Ostrowska & Głowacki 2015, Bajomi-Lázár 2017a).

3. A magyar médiarendszerről szóló elméletek

Az elméletbe Magyarországot is beillesztő, illetve kizárólag Magyarországra vonatkozó szakirodalmi források száma első ránézésre soknak tűnik. Egy részük más posztoszocialista országok médiarendszerével együttesen tárgyalja Magyarország helyzetét, több azonban nem a médiaelmélet fogalmi keretét, hanem a politikatudományból kölcsönzött fogalmakat használja.

Mindezek közül álláspontom szerint a Magyarországra jellemző legjobb leírást Dobek-Ostrowska és Głowacki adja (2015). Kategorizálásuk szerint Magyarország az átpolitizált médiarendszerű posztoszocialista országok közé tartozik, ahogy Horvátország, Románia, Szerbia és Bulgária. Ennek a csoportnak a közös jellemzője szerintük a gyenge és labilis demokrácia, a folyamatosan romló teljesítmény a sajtószabadság-rangsorokban, a kereskedelmi szektor vegyes külföldi és hazai tulajdona, a pártos közéleti sajtó és hírmédia pártpolitikai beágyazódottsága, a tulajdonosok kötődése és kitettsége a politikai pártoknak, valamint a külföldi tulajdonosok távolságtartása a közéleti és a politikai tartalmaktól. Úgy gondolom azonban, hogy a magyar média részben már akkor számos közös jellemzőt mutatott a szerzők által a tekintélyelvű csoportba sorolt Oroszországgal és Fehéroroszországgal is. Ilyen jellemző például a centralizált politikai hatalom, a verseny látszólagossága, a viszonylag még független online média egyre szűkülő tere, valamint az újságírók *de facto* politikai aktorként való átértelmezése. Ezek a jellemzők pedig 2015 óta csak erősödtek Magyarországon.

A részben a politikatudomány fogalmaival és nyelvi játékaival is operáló, főként magyar szerzők által előállított szakirodalom nyilvánvalóan az erős politikai befolyás, az egypártrendszer összeomlása után politikai szimpátia szerint széttöredezett pártos sajtó és a politikai párhuzamosság miatt kölcsönöz onnan. Így a magyarországi média esetében korábban találkozhattunk a *pártgyarmatosítás* fogalmával (Bajomi-Lázár 2013a, 2013b), a kormányzati hatalom terjeszkedésével szűkülő és korrumpálódó plurális médiapiac modelljének leírásakor pedig a *foglyul ejtett* (Urbán et al. 2017, Bátorfy 2017), a *haveri* (Martin 2017), valamint a kormánypárt működését szervezett bűnözői csoportként leíró elméletet a médiára is kiterjesztő *maffiaszerű* kategóriákkal (Magyar 2016). Újabban Bajomi-Lázár Péter (2019) a rendszer leírásakor a putyinista-modellre hasonlító patrónusi-kliensi médiarendszert használja.

Az évek során fontos tényalapú szövegfolyammá állt össze a firenzei European University Institute Center for Media Pluralism and Freedom által irányított összeurópai Media Pluralism Monitor nevű összehasonlító kutatása. Bár maga a központ nem rangsorol, és óvakodik a rendszerszintű kategóriák felállításától, a magyar média helyzetével foglalkozó kemény adatokra és ellenőrizhető információkra épülő narratív jelentések a politikai befolyásolás és a piaci sokszínűség dimenzióját egyre nagyobb kockázatúnak ítélték meg (Brouillette et al. 2017, Bognár et al. 2018).

Érdemes még kitérni a konvencionális sajtószabadság-rangsorok kategóriáira is. A Freedom House Freedom of the Press globális osztályozása szerint Magyarország a legfrissebb értékelés szerint 44 ponttal a *részben szabad* kategóriába került (Freedom House 2018), míg a Reporters Sans Frontières (2018) újságírószervezet szerint Magyarország „problematikus” ország, globálisan a 73. helyen állt 2018-ban, és az Európai Unió országai közül csak Görögország és Bulgária végzett rosszabb helyen. Ezek a rangsorok minden módszertani kritikájuk ellenére azért jók, mert láthatóvá teszik a trendeket.

4. Az Orbán-kormányok médiapolitikája

Orbán Viktor miniszterelnök és a kormányzó Fidesz nagyon hosszú politikai utat tett meg a „liberális kedvenc” szereptől a „jobboldali-populista” szerepig, ezzel párhuzamosan pedig a médiáról és annak feladatáról vallott nézetei is radikálisan megváltoztak. A rendszerváltáskor Orbán az akkori hazai és nemzetközi baloldali és liberális sajtó ünnepelelt sztárja volt, ám ugyanez a sajtó kezdett el foglalkozni a rendszerváltás utáni korrupciógyanús privatizációk Fideszt érintő ügyeivel is, ami miatt Orbán viszonylag hamar ellenségként kezdte el kezelni a tőle független médiát.

Orbán és a Fidesz „konzervatív-keresztény fordulata” 1993-tól bontakozott ki. A médiával kapcsolatos nézetei pedig már az első, 1998-as választási győzelmét megelőzően nagyban merítették a kilencvenes évek eleji szélsőjobboldali, radikális és antiszemita szubkultúrák azon narratívájából, miszerint a magyar médiát az összeomló pártállam egyfelől kiárusította a „nemzetietlen” multinacionális tőkének, másfelől a privatizáció során átmentette tájékoztatási monopóliumát a posztkommunista üzleti és értelmiségi elitnek. Az első Orbán-kormány álláspontja szerint a rendszerváltás utáni médiaviszonyok nem tisztességes versenyben alakultak ki, a magyar médiapiacra pedig nem artikulálódnak súlyuknak megfelelő mértékben a keresztény, polgári, nemzeti gondolatok. Ez az igazságokat, de megannyi tévedést (Juhász 2004: 69–71) is felmutató erkölcsi és gazdasági narratíva lett az első Orbán-kormány médiapolitikájának alapja (vö. Monori 2005: 278–284, Paál 2013: 124–125), az átalakítás fő eszköze pedig az állam erőforrásainak diszkriminatív felhasználása volt.

Az első Orbán-kormány médiapolitikájának átalakításra bevetett eszközei semmiben nem különböztek a 2010 óta folyamatosan regnáló Orbán-kormányok eszközeitől, csupán intenzitásukban voltak gyengébbek. Közpénzből megerősítették a konzervatív Magyar Nemzet napilapot, szintén közpénzből elindították a Heti Válasz hetilapot, a közmédiát pedig erőszakos személyi cserékkel állították át a saját oldalukra. Már akkor igyekeztek domesztikálni a szélsőjobboldali véleményeket a konzervatív-polgári nyilvánosságban (a radikális-jobboldali, sokszor antiszemita Új Magyarországot beolvasztották a Magyar Nemzetbe), az állami hirdetéseket, főként a legnagyobb állami tulajdonú vállalat, a Szerencsejáték Zrt. hirdetéseit (Bajomi-Lázár 2005: 44–45, Paál 2013: 285) pedig átirányították a saját lapjaikba. Ebből a Fidesz és Orbán Viktor azt a következtetést vonta le, hogy ezen a téren nem voltak elég radikálisak, a választási vereséget pedig a továbbra is jelentős részben „balliberális médiatúlsúly” kormányellenes tudósításainak tudták be. Mindezt annak ellenére, hogy jól dokumentált a közmédia fideszes megszállása, az akkor még hatalmas nézettséget produkáló két nagy kereskedelmi csatorna, a TV2 (Pro7Sat1) és az RTL Klub (Bertelsmann) szinte teljes politikasemlegessége (Bajomi-Lázár 2005: 41), valamint a német kiadók (Axel Springer, Bertelsmann, Gruner + Jahr, Ringier, Westdeutsche Zeitung) politikasemlegessége és a közéleti tartalmaktól való tartózkodása (Galambos 2008).

A 2002 és 2010 között ellenzékben lévő Fidesz lassú médiaépítkezésbe kezdett. Elindítottak egy hírcsatornát (Hír TV), két rádiót (Lánchíd Rádió, Class FM), felvásároltak néhány plakátcéget, továbbá néhány Orbánnal szimpatizáló üzletember a Fidesz szolgálatába állította saját médiumait (Magyar Hírlap, Echo TV, Helyi Téma). Ehhez érdemes hozzátenni, hogy a Fidesz ellenzékben is élvezte a közmédia számos fontos hír- és közéleti műsorának feltétlen támogatását és elfogultságát (vö. Monori 2005: 285–287), ahogy azt is, hogy a 2006-os önkormányzati választások után a túlnyomó többségben fideszes vezetésű települések a helyi sajtót szimpla pártszócsővé alakították át (Kitta 2013: 250).

A 2010-es választások óta tartó Orbán-korszakot médiaszempontból két időszakra lehet osztani, ezt a két időszakot pedig a 2014-es választási győzelem utáni éles cezúra választja el. 2010 és 2014 között a kormánypárti média Orbán gyerekkori barátja, Simicska Lajos személye körül koncentrálódott. Ezt az időszakot az állam személyi és anyagi erőforrásainak magánérdekből történő korrumpt kiaknázása jellemezte, ezt tükrözi az erről az időszakról szóló tudományos munkák értelmezése is, amelyek egyfelől a *state capture* (Bátorfy 2015, 2017, Urbán et al. 2017), másfelől a haveri kapitalizmus (Tóth & Fazekas 2015, Szeidl & Szűcs 2017, Martin 2017), illetve a maffiaállam (Magyar 2016) elméleti kereteibe illeszkednek.

Ezek közös jellemzője, hogy a magyar médiarendszert a 2010 és 2015 közötti időszakban minden korábbinál erőteljesebben átszötték a személyes lekötelezettségen alapuló, informális, közpénzből finanszírozott korrupciós aktusok, és ezeken keresztül elvárt feltétlen lojalitás a miniszterelnök, a kormány és a párt felé. Ennek szakító-próbája volt Orbán és addigi barátja, Simicska 2015 tavaszi elhíresült összeveszése, amely után az orbánisták

kivonultak a Simicska tulajdonában lévő médiumokból, amelyek ezután elvesztették állami hirdetéseiket, és végül az oligarcha Orbán 2018-as harmadik kétharmados győzelme után eladta – a kormánypárti nyilvánosság értelmezésében „visszaadta” – jelentős veszteségeket termelő médiacégeit a pártnak.

2015 és 2018 között azonban a Simicska tulajdonában maradó médiumok pótlását meg kellett oldani. Ezt egyrészt új médiumok indításával oldották meg (Magyar Idők, Lokál, Ripost, 888.hu, Karc FM), másrészt multinacionális cégek állami kölcsönből történő kivásárlásával (Origo, TV2, vidéki napilapok), harmadrészt pedig magyarországi vállalkozások felvásárlásával (Mandiner, Figyelő, Rádió1). A külföldi cégek kivonulása különösen szembetűnő: ebben a három évben a Pro7Sat1, a Deutsche Telekom, a WAZ-Funke csoport és a Lapcom mögött álló amerikai befektetőcég is kormányközeli oligarcháknak adta el médiabefektetéseit (Bátorfy 2017). Ebbe a portfólióba szálltak vissza Simicska, illetve a Fidesz klasszikus médiumai 2018-ban, és ennek a portfóliónak a tulajdonosai ajánlották fel 2018 november végén ingyenesen médiacégeiket az újonnan létrehozott, non-profitként bejegyzett alapítványnak.

5. Eszközök

Tapasztalatom szerint a médiakutatók többsége saját országának médiarendszerét egyedinek tartja. Nem páratlanok, de számos olyan tulajdonságát tudja felsorolni, amely szerinte más országokra nem jellemző. A magyar médiarendszer tulajdonságainak egyik eleme sem egyedi, nem is újdonság, ahogy a kormányzat módszereiben sincsen semmi újszerű. A magyar kormány 2010 óta semmilyen csak rá jellemző új eszközt nem talált ki a média függőségi viszonyba hozására, ezek az eszközök adottak voltak, csak használni kellett őket. A kormány alapvetően az alábbi három eszközt használta: szabályozás-adminisztráció, állami finanszírozás és kommunikáció.

5.1. Szabályozás-adminisztráció

A magyar médiapolitika és médiaszabályozás nem univerzalisztikus, hanem – ahogy Bajomi-Lázár rámutatott – partikularisztikus (Bajomi-Lázár 2017), vagyis az állami adminisztráció különféle szintjeit a kormányzat bizonyos szereplők és ideológia helyzetbe hozására, mások ellehetetlenítésére használja. Ennek látványos megnyilvánulása a lebegő szabályozás (*floating regulation*) alkalmazása, amely során az NMHH vagy a Gazdasági Versenyhivatal akár az alkotmányt, akár a hatályos médiatörvényt önkényesen, egyes szereplőket jutalmazva, másokat büntetve értelmezheti. Ennek az önkényes szabályozásnak köszönhető a teljes rádiós piac átalakítása (Nagy 2016a, 2016b), a teljes plakátpiac átalakítása (Bátorfy 2015), a nem kormánypárti médiacégek fúziós kérelmének elutasítása, a kormánypártiak engedélyezése. Ide sorolom továbbá az eredetileg az ország legnagyobb kereskedelmi televíziójára, az RTL Klubra szabott reklámadót is, amelyet végül az Európai Unió eljárására a kormány szétterített a teljes médiapiacon.

5.2. Állami finanszírozás

Az állami források elosztása szintén partikularisztikus, jutalmazó-büntető természetű. Az állami hirdetések aránya a médiapiac teljes reklámbevételén belül 2018-ban már 30 százalékos volt, ami elképesztően magas szám. Az állam hirdetésre fordított forrásainak átlagosan háromnegyedét kapták 2018-ban a kormánypárti médiacégek, egyes szegmensekben a részesedésük 90 százalék fölötti volt. A kormánypárti média állami reklámbevétele a Kantar Media kutatócég listaáras hirdetési adatai alapján 234 millió euró volt 2018-ban. Számos kormánypárti médium teljes bevételének 75–80 százalékát kapja az államtól. Az állami hirdetések azonban nem csupán a kormánypárti média jutalmazására, hanem a kiszolgáltatott kritikus média elcsendesítésére is alkalmasak. Az utóbbi időben számos állami hirdetés jelent meg ismét anyagi gondokkal küszködő baloldali-liberális médiumokban, viszont a szándék nem az állami források igazságosabb elosztása, hanem a függőségi viszony kiterjesztése volt (Bátorfy & Urbán 2019).

A kormánypárti médiabirodalom kialakulásában jelentős szerepet kaptak az állami kölcsönök is. Az állam által folyósított kölcsönből vásárolták meg a német Pro7Sat1-tól a TV2-t, a német Deutsche Telekomtól az Origo.hu hírportált és a Mediaworks kiadót (Bátorfy 2017: 20–21).

Az állam ilyen mértékű súlya a médiapiacra az egyértelmű piactorzító szándékok nélkül is problematikus lenne. Így azonban a kormánypárti médiumoknak nem kell a piacon a hirdetési bevételekért versenyezniük, mivel az állam közpénzből akár még a veszteségeiket is finanszírozza.

5.3. Kommunikáció

A kormánnyal szemben kritikus újságírók és lapok elleni retorikai agresszió, online zaklatás, fenyegetés mindennaposnak mondható (Tófalvy 2017).^{*} Kommunikációs szinten ez központosított rágalomhadjáratokat, stigmatizációt, szovjet típusú kompromatkampányokat jelent, egyes esetekben a rendvédelmi szervek és a titkosszolgálatok bevonásával (Mills & Sarikakis 2016). A kritikus médiát „Soros-média”, „fake news gyár” címkékkel látják el, újságírókat listázzák, idegen érdekeket képviselő hazaárulókként, politikai aktorként bélyegzik meg, számos esetben törvényszegéssel, erkölcstelenséggel vádolják meg. A kommunikáció körébe tartozik a kormánypárti sajtó kiterjedt, orosz mintájú álhír- és dezinformáció-terjesztése is (CRCB 2018).

Ennek a kommunikációnak jelentős részét kormánypárti újságírók végzik. Tudományos szintű kutatásuk és leírásuk még nem történt meg, időnkénti öndefinícióik alapján azonban fel lehet rajzolni számos tulajdonságukat. Ezeknek az újságíróknak többsége közpénzből finanszírozott médiumoknál dolgozik. Az újságírói tevékenységet egyben politikai tevékenységként értelmezik, ebből adódóan számukra nem létezik politikai, ideológiai vagy anyagi érdekektől mentes újságírás, csak érdekvezérelt. Ezeket az érdekeket minden áron érvényesíteni akaró politikai szereplők, akik nem válogathatnak az eszközökben. Írásaikra jellemző a cinikus és háborús retorika, a rasszista, etnocentrista, nemzeti-soviniszta ideológia, az antiliberalizmus és antikommunizmus, a férfiasság és az akarat dicsőítése, a feminizmus és a kompromisszum keresésének és a hibák elismerésének elvetése, amely utóbbit a gyengeség jelének tartanak. Világértelmezésük tudományellenes, gyakran alkalmazzák a konzervativizmus és a kereszténység önkényes definícióit, továbbá bizonyos tudományos kérdésekben saját szakértőket állítanak a „baloldali-liberális” szakértőkkel szemben. Az ezekkel való szembesítést általában hevesen tagadják.

6. Következtetések

Úgy gondolom, hogy Orbán Viktor médiaideológiájára és a magyar médiarendszerre Siebert, Peterson és Schramm már 1956-ban adekvát kategóriákat adott meg, csak az akkori történelmi helyzetben ezek a kategóriák nem egymás mellett voltak kénytelenek élni, hanem minden vizsgált országban volt egy uralkodó ideológia, amely jellemzőbb volt, mint a többi. A magyar kormány hatalmi logikája szerint a magyar médiarendszer akkor működne helyesen, ha autoriter/kommunista típusú központi irányítású médiarendszer lenne, és az Orbán-kormányok fentebb ismertetett médiapolitikája és alkalmazott eszközei ezt támasztják alá.

A magyar média kormánypárti része, továbbá a független-kritikus média egy része kizárólag a miniszterelnök és a kormány kegyéből létezhet, jóváhagyással. Az autoriter rendszerekre jellemző módon a magyar médiacégek vegyesen köz- és magántulajdonban vannak, csökkenő külföldi részesedéssel, ám kérdés, hogy a kormánypárti sajtó mennyiben tekinthető magántulajdonnak, ha fenntartásukat az állam közpénzből finanszírozza, különben tönkremennének. A kormány a sajtó elsődleges feladatának vegyesen a kormányzati politika ismertetését, hatékonyságának növelését tartja, ám emellett számos esetben a hatalom ökleként, a büntetés szállítóiként használja saját médiáját. A kommunista-típusú médiarendszerekből a miniszterelnök és a kormány bárminemű kritikájának tilalmát, a botrányok elhallgatását és tagadását, továbbá a kritikusok megfigyelésre, besúgásra,

^{*} Magyarul lásd Tófalvy Tamás „Újságírók online zaklatása” című írását e lapszámunkban – A szerk.

rágalmakra és kompromatkampányokra építő ellehetetlenítését, adminisztrációs részről pedig gazdasági fenyegetésüket örökítette tovább. Ez nem azt jelenti, hogy a magyar médiában ne lennének jelen a libertárius vagy társadalmilag érzékeny rendszerre jellemző médiumok, újságírók, eszmények a kormánnyal kritikus oldalon. Terük szűkítésére, cenzúrázásukra és megszüntetésükre azonban Orbán nem nyílt és totális eszközöket használ, hanem gazdasági, adminisztratív és hatósági eszközöket, továbbá lejáratókampányokat.

Orbán és a kormánypárti média gyakran hivatkozik a nemzet érdekére, amikor ezekkel az eszközökkel él, így nemzeti érdek volt a multinacionális cégek kiszorítása, a kormánypárti média állami forrásokból való felépítése és életben tartása, újságíróik állami díjakkal való kitüntetése, és ugyanúgy nemzeti érdek a kritikus média elleni folyamatos harc is. A politikatudomány gyakran használ Orbán Viktor hatalomgyakorlására foci hasonlatot, vagyis hogy Orbán önkényesen megváltoztatta a játékszabályokat, és földmunkával úgy alakította át a focipályát, hogy az ellenzék felé lejtessen. A nem nyíltan diktatórikus eszközökkel operáló orbánizmusra Fareed Zakaria (1997) nyomán az illiberális állam, Steven Levitsky és Lukan A. Way (2010) után a hibrid/kompetitív-autoriter rezsim fogalmat használja a politikatudomány abból kiindulva, hogy a demokratikus intézményrendszer, ha a kormánytól nem is független, de még mindig létezik, és a kormány választások útján leváltható még akkor is, ha a szabályok egyértelműen úgy vannak átalakítva, hogy megnehezítse a leváltását.

Ebben a versenyhelyzetben csak az ellenzék kreativitásán, találékonyságán múlik, hogy az autoriter vezetőt és kormányát le lehessen váltani, de – érvelnek a politológusok – számos példa van rá, hogy ez nem lehetetlen. Ebben az értelemben a magyar médiarendszer kevert, hibrid. Mivel ahogy a médiakutatók, úgy ők sem látnak a jövőbe, ennek tudományos esélye ötven százalék. Ha a tendenciákat nézzük, és kizárólag a magyar média helyzetét, akkor azt látjuk, hogy 2010 óta a magyar médiarendszer különösebb ellenállás nélkül elindult az autoriter/kommunista típusú médiarendszer irányába, és egyelőre nem látni, hogy mi lenne az akadálya annak, hogy akár az Európai Unió belül kiteljesedjen.

Irodalom

Jogszabályok

2010. évi CLXXXV. Törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról, <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000185.tv>

2013. évi CXCI. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény módosításáról, <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1300191.TV>

Szakirodalmi források

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

Bajomi-Lázár Péter (2013a): From One-Party to Multi-Party Media Control – and Back. Paradigm Shifts in Hungary's Media Politics. *Global Media Journal/Slovak Edition*, vol. 1, no. 1, pp. 26–41.

Bajomi-Lázár Péter (2013b): The Party Colonisation of the Media. The Case of Hungary. *East European Politics & Societies*, vol. 27, no. 1, pp. 67–87.

Bajomi-Lázár Péter, szerk. (2017a): *Media in Third-Wave Democracies: Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*. Budapest: L'Harmattan.

Bajomi-Lázár Péter (2017b): Particularistic and Universalistic Media Policies: Inequalities in the Media in Hungary. *Javnost/The Public*, vol. 20, no. 2, pp. 162–172.

Bajomi-Lázár Péter (2019): A patrónusi-kilensi médiarendszer és az újságírói szükségletek Maslow-piramisa. *Médiakutató*, 20. évf. 1. sz. 41–58. o.

Bátorfy Attila (2015): How did the Orbán-Simicska Media Empire Function? *Kreatív*, 2015. IV. 15., http://kreativ.hu/cikk/how_did_the_orban_simicska_media_empire_function.

- Bátorfy Attila (2017): Az állam foglyul ejtésétől a piac fogvatartásáig: Orbán Viktor és a kormány média-modellje 2014 után. *Médiakutató*, 18. évf. 1-2. sz. 7–30. o.
- Bátorfy Attila (2022): Felvásárolt nyilvánosság. A támogatott beszéd problémája és a magyar kormány hirdetési gyakorlata. *Médiakutató*, 23. évf. 1. sz. 29–43. o.
- Bátorfy Attila & Urbán Ágnes (2019): State Advertising as Instrument of Controlling the Media. *East European Politics*, vol. 36, no. 1, pp. 44–65.
- Bognár, Éva, Attila Bátorfy & Marius Dragomir (2018): *Media Pluralism Monitor: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Hungary Report 2017*. Florence: European University Institute CMPF, http://cmpf.eui.eu/wp-content/uploads/2018/11/Hungary_MPM2017_country-report.pdf.
- Brouillette, Amy, Attila Bátorfy, Éva Bognár, Marius Dragomir, & Holdis Dumitrita (2017): *Media Pluralism Monitor: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Hungary Report 2016*. Florence: European University Institute CMPF, http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46799/Hungary_EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Corruption Research Center of Budapest [CRCB] (2018): *The Impact of Russia's State-run Propaganda Apparatus on the Hungarian Online Media 2010–2017*. Budapest: CRCB.
- Council of Europe [CoE] (2007): *Recommendation of the Committee of Ministers to Member States on Media Pluralism and Diversity of Media Content*, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d6be3.
- Dobek-Ostrowska, Boguslawa & Michal Głowacki, eds. (2015): *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On*. Bern: Peter Lang.
- Dobek-Ostrowska, Boguslawa, Michal Głowacki, Karol Jakubowicz & Miklós Sükösd, eds. (2010): *Comparative Media Systems. European and Global Perspective*. Budapest: CEU Press.
- Freedom House (2018): *Freedom of the Press Index Historical Dataset*, <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press>.
- Galambos Márton (2008): A német kiadók és a magyarországi újságírás. *Médiakutató*, 9. évf. 4. sz., 23–37. o.
- Gálik, Mihály (2010): Regulating Media Concentration within the Council of Europe and the European Union. In: Beata Klimkiewicz (ed.): *Media Freedom and Pluralism – Media Policy Challenges within the Enlarged Europe*, pp. 229–244. Budapest: Central European University Press.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini, eds. (2012): *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004/2008): *Médiarendszerek. A média- és politikai rendszerek három modellje*. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet & Gondolat Kiadó.
- Jakubowicz, Karol & Miklós Sükösd (2008): Twelve Concepts Regarding Media System Evolution and Democratization in Post-Communist Countries. In: Karol Jakubowicz & Miklós Sükösd (eds): *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media in a Global Perspective*, pp. 9–40. Chicago: University of Chicago Press.
- Juhász Gábor (2004): A jobboldali hetilapok piaca. *Médiakutató*, 5. évf. 1. sz. 61–70. o.
- Kitta Gergely (2013): A magyar média történetének fordultatos évei 2002–2010. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiaháború története: média és politika 1989–2010*, 199–291. o. Budapest: Wolters Kluwers.
- Levitsky, Steven & Lucan A. Way (2010): *Competitive Authoritarianism. Hybrid Regimes after the Cold War*. Cambridge University Press.
- Magyar Bálint (2016): *Post-Communist Mafia State: The Case of Hungary*. Budapest: CEU Press.
- Martin József (2017): Continuity or Disruption? Changing Elites and the Emergence of Cronyism After the Great Recession – the Case of Hungary. *Corvinus School of Sociology and Social Policy*, vol. 8, no. 3, pp. 255–281, 10.14267/issn.2062-087X.
- Mills, Anthony & Katharina Sarikakis (2016): Reluctant Activists? The Impact of Legislative and Structural Attempts of Surveillance on Investigative Journalism. *Big Data and Society*, vol. 3, no 2, pp. 1–11, 10.1177/205395171666938.

Mihelj, Sabina & John Downey (2012): Introduction: Comparing Media Systems in Central and Eastern Europe: Politics, Economy, Culture. In: Sabina Mihelj & John Downey (eds.): *Central and Eastern European Media in Comparative Perspective: Politics, Economy and Culture*, pp. 1–13. London: Ashgate.

Monori Áron (2005): Médiaháborúk. In: Bajomi-Lázár Péter (szerk.): *Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig*, 259–290. o. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Nagy Krisztina (2016a): Abnehmende Vielfalt auf dem lokalen Radiomarkt [Csökkenő pluralizmus a helyi rádiók piacán]. In: Bernd Holznagel & Gábor Polyák (eds.): *Medienfreiheit unter Druck: Medienregulierung und Medienpolitik in Ungarn* [Fenyegetett médiaszabadság: Médiaszabályozás és médiapolitika Magyarországon], pp. 108–122. Berlin: B&S Siebenhaar Verlag.

Nagy Krisztina (2016b): Frekvenciaosztogatás. *Médiakutató*, 16. évf. 3–4. sz., 125–136. o.

Paál Vince (2013): A magyar média a polgári kormány időszakában 1998–2002. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiaháború története: média és politika 1989–2010*. 123–198. o. Budapest: Wolters Kluwer.

Picard, Robert (1985): *The Press and the Decline of Democracy: The Democratic Socialist Response in Public Policy*. Westport: Greenwood Press.

Reporters Without Borders (Reporters Sans Frontières) (2018): *World Press Freedom Index Historical Dataset*, https://rsf.org/en/ranking_table.

Siebert, Friedrich S., Peterson, Theodore & Wilbur Schramm (1956/1984): *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Chicago: University of Illinois Press.

Sipos Balázs (2010): *Média és demokrácia Magyarországon. A politikai média jelenkortörténete*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Sparks, Colin (2017): Can We Compare Media Systems? In: Joseph M. Chan & Francis L. F. Lee (eds.): *Advancing Comparative Media and Communication Research*, Chapter 2. New York: Routledge.

Splichal, Slavko (1994): *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central-Europe*. Boulder, Colorado: Westview.

Szeidl Ádám & Szűcs Ferenc (2017): Media Capture Through Favour Exchange. *CEPR Discussion Paper*, vol. 89, no 1, pp. 281–310, 10.3982/ECTA15641.

Tófalvy Tamás (2017): *Online Harassment of Journalists in Hungary. Forms, Coping Mechanisms and Consequences of Press Freedom*. International Press Institute.

Tóth István János & Fazekas Mihály (2015): *Verseny és haveri kapitalizmus a kommunikációs szolgáltatások piacán*. Budapest: Corruption Research Center of Budapest, http://www.crcb.eu/wp-content/uploads/2015/06/kb_adatok_2015_report10_150613.pdf.

Urbán, Ágnes, Gábor Polyák & Zsófia Szász (2017): Hungary. In: Péter Bajomi-Lázár (ed.): *Media in Third-Wave Democracies: Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, pp. 139–160. Budapest: L'Harmattan.

Urbán, Ágnes, Gábor Polyák, Leonárd Máriás & Krisztina Nagy (2017): *Soft Censorship in Hungary 2016: When Propaganda Rules Public Discourse*. Mérték Booklets 12. Budapest: Mérték Media Monitor.

Whitereport-CEU CMDS (2019): *The Ownership Project. Publikálatlan adatbázis a magyar médiapiac szereplőinek tulajdonosairól és üzleti eredményeiről*.

Wyka, Angelika W. (2007): Berlusconiization of the Mass Media in East Central Europe. The New Danger of Italianization? *Kakanien Revisited* no. 1, pp. 1–5.

Zakaria, Fareed (1997): The Rise of Illiberal Democracy. *Foreign Affairs*, vol. 76, no. 6, pp. 22–43.

Bátorfy Attila (1984) médiakutató, az ELTE BTK Kommunikáció és Médiatudomány tanszékének mesteroktatója és doktori hallgatója. Korábban újságíróként dolgozott a Kreatívnaál, a Vs.hu-nál és az Átlátszónál. 2018 januárja óta a *Médiakutató* szerkesztőségi tagja. Médiakutatói érdeklődési területei a média és a politika viszonya, a média gazdasági kérdései és a médiarendszer-elméletek. Legutóbbi írása a *Médiakutató*-ban: „Felvásárolt nyilvánosság. A támogatott beszéd problémája és a magyar kormány hirdetési gyakorlata” (2022. tavasz). Email: batorfy.attila@btk.elte.hu

Sükösd Miklós

Orbán áldozatai

A félelemkeltés és ellenségképzés szónoklatai a populista propagandaállamban Magyarországon

A tanulmány feltárja Orbán Viktor populista retorikájának alapjellemzőit, amelyek 1989-től a 2020-as évekig lényegében azonosak maradtak. A nemzet egészét kisajátítva szónokol, demokratikus ellenfelek helyett elvetemült ellenséget fest le, és külső megszálló hatalom ellen mozgósít. Orbán szónoklataival a magyar nemzettudatban történelmileg gyökerező áldozatiságot és sérelmi kultúrát aktív gyűlöletpolitikába fordítja át a félelem, a rettegés és a bosszúvagy módszeres felélesztésével és az aktuális ellenségek megnevezésével. Retorikájával felébreszti a félelmetes, veszélyes világtól megmentő autoriter vezető iránti vágyat és a drákói rendszabályokkal működő diktatorikus állam igényét. Elméleti szempontból Orbán szónoklatait és azok hatásmechanizmusát a beszédaktus-elmélet, a biztonságiasítás és a reszsentiment fogalmaival elemzem. Az empirikus anyag Orbán híres 1989-es beszéde és az elmúlt húsz évben tartott szezonális szónoklat-sorozatai (ezen belül egy negyvenegy beszédből álló adatbázis másodelemzése).¹

Kulcsszavak: beszédaktus-elmélet, biztonságiasítás, nemzettudat, NER, Orbán Viktor, politikai kommunikáció, propaganda, reszsentiment, retorika, szónoklat

Orbán's victims

The rhetoric of fear-mongering and enemy construction in Hungary's populist propaganda state

This paper explores the key features of Viktor Orbán's populist rhetoric, which remained essentially the same from 1989 to the 2020s. Orbán speaks in the name of the nation as a whole, envisions dangerous enemies instead of democratic political opponents, and mobilises against an external occupying power. By systematically evoking fear, the desire for revenge, and naming the ever-present enemies, he transforms historically rooted resentment, grievance culture and notions of (self)victimisation in Hungarian national identity into active hate politics. With his rhetoric, he awakens the desire for an authoritarian leader who saves us from a fearful and dangerous world with dictatorial state policies. Theoretically, I analyse Orbán's speeches and their powerful impact with the concepts of speech act theory and securitisation. The texts include Orbán's famous speech in 1989, and his series of seasonal addresses during the last twenty years (including a secondary analysis of a database of 41 speeches).

Key words: national identity, orator, political communication, propaganda, resentment, rhetorics, securitisation, speech act theory, Viktor Orbán

¹ A tanulmány a következő írás kis mértékben átdolgozott változata: Sükösd, Miklós (2022): Victorious Victimization: Orbán the Orator – Deep Securitization and State Populism in Hungary's Propaganda State. In: Christian Kock & Lisa Villadsen (eds.): *Populist Rhetorics*, pp. 165–185. London: Palgrave Macmillan.

„Magyarnak lenni kollektív neurózis.” (Arthur Koestler)

„Demokratának lenni mindenekelőtt annyit tesz, mint nem félni: nem félni a más véleményüektől, a más nyelvüektől, a más fajúaktól, a forradalomtól, az összeesküvésektől, az ellenség ismeretlen gonosz szándékaitól, az ellenséges propagandától, a lekicsinyléstől és egyáltalán mindazoktól az imaginárius veszedelmektől, melyek azáltal válnak valódi veszedelmekké, hogy félünk tőlük. Közép- és Kelet-Európa országai azért féltek, mert nem voltak kész, érett demokráciák, s minthogy féltek, nem is tudtak azokká válni.” (Bibó István)

„Hol szolgálélek nincs, zsarnok nem támadhat.” (Táncsics Mihály)

1. Bevezetés: Orbán Viktor és a biztonságiasítás retorikája

Kevés olyan jelentős politikus maradt Közép- és Kelet-Európában, aki a térség 1989–1990-es demokratikus átmenete óta állandóan jelen van a politika frontvonalában. Ráadásul Orbán Viktor az egyetlen, aki 2010 óta – már a negyedik választási cikluson keresztül – folyamatosan hatalmon tudott maradni. Így mára egy egész történelmi időszak, az Orbán-korszak (Orbán-rendszer vagy Orbán-rezsim) névadója lett.

Orbán 1989-ben a liberális ifjúsági mozgalomként színrelépő Fidesz egyik alapítójaként jelent meg a magyar politikai színtéren. Liberálisból azonban 1993-tól fokozatosan jobbközépre húzódott, majd a 2000-es években határozottan jobbra fordult. Ma, a 2020-as években Orbánt széles körben szélsőjobboldali populista vezetőként tartják számon. Meglepő azonban, hogy számos politikai átalakulása ellenére beszédmódjának és retorikájának néhány kulcsfontosságú eleme, alapmintája a kezdetektől máig változatlan maradt.

E tanulmány kiindulópontja, hogy Orbán 1989. június 16-án, a Nagy Imre-temetésen elmondott nevezetes beszéde nemcsak országos hírnévvel ajándékozta meg az addig szinte ismeretlen fiatal aktivistát, hanem kulcs-szerepet játszott Orbán szónokká formálódásában és máig használt populista retorikai stratégiájának kialakításában. Orbán diszkurzív alkalmazkodóképessége és rugalmassága nem politikai elvek alapjára, hanem az akkor kialakított és hosszú távon alkalmazott populista kommunikációs mintákra épül. Mindez segít megmagyarázni tartós politikai sikerét, kivételes, kitartó jelenlétét az évtizedek során, és immáron évtizedes dominanciáját a magyar politikában (természetesen más társadalmi és intézményi tényezőkkel együtt).

Az alábbiakban először felidézem annak kontextusát, amikor a fiatal Orbán 1989-ben a Nagy Imre-temetésen, a rendszerváltás kiemelkedő nemzeti médiaeseményének szónokaként a magyarországi szovjet csapatok kivonását követelte. Beszédében akkor az egész nemzet képviselőjére vállakozott az illegitim, idegen, megszálló hatalommal szemben. Orbán belpolitikai ellenfeleit szörnyű, ám meg nem történt cselekedetekkel festette ellenségévé. S e diabolizált, ördögnek festett ellenségekkel szemben nemzeti megmentő pozícióba helyezte magát.

Ezután azt elemzem, hogyan igyekezett később az immár középkorú Orbán Viktor az 1990-es évektől stratégiaileg *újrateremteni* azt az egykori különleges, győztes, mámorító *1989-es beszédhelyzetet*. Az 1989-es médiaesemény mintája nyomán Orbán 1999-től a 2000-es évek során az évente elmondott *négy nagy beszéd rendszerét* hozta létre: a tévlegi (általában februári) országértékelések, a március 15-ei beszédek, a nyári tusványosi és az őszi kötcsei találkozó évszakonta ismétlődő ciklusát. Orbán beszédeinek stratégiai célja az, hogy politikai napirendje, értelmezési keretei és érzelmi hangulatkeltése uralja a magyar médiát, és hogy betöltsék a nyilvánosság teljes terét.

E ciklikus, szezonális beszédek alapján vizsgálom Orbán retorikájának fő témáit: az elsöprő erejű *félelemkeltést* és *ellenségteremtést*. A félelmet keltő, rettegtetésre kijelölt ellenség kiléte sokszor változik. Szükség szerint eljátszották ezt a szerepet az IMF, a „migránsok”, Soros György, az EU/Brüsszel, nemzetközi politikusok, a romák, a melegek, a hazai demokratikus ellenzék politikusai vagy bárki más, akár a civil megszólalók. A lényeg az ellenségtől való félelem és rettegés érzelmének felkeltése és célratartása. Az ellenség fenyegetése a félelem mellett persze gyűlöletet is ébreszt. A fenyegető, gyűlölt ellenséggel szembeni természetes védekezésünk pedig azt a reakciót diktálja, hogy önvédelemből ellen kell állnunk neki – vagy fenyegetését érzékelve már a támadását megelőzve meg kell támadnunk.

A populista kommunikáció ezen elemei a *biztonságiasítás* retorikájában szilárdulnak egybe. Amikor félelmet kelt, rettegtet – biztonságiasít –, akkor Orbán azt a képzetet kelti: a magyarság ellenségei a Magyarorszára, a magyar népre, a beszédet hallgató nép közösségére *halálos veszélyt, elemi egzisztenciális fenyegetést* jelentenek.

Biztonságunk érdekében, a biztonsági fenyegetéssel szemben természetesen *erős nemzeti vezetőre*, s uralma alatt *nemzeti egységre és mozgósításra* van szükségünk.

Az évszakonta ismétlődő stratégiai Orbán-beszédek nyomán a biztonságiasítás politikai kommunikációs üzeneteit a pártállami média hatalmas propagandarendszere, a propagandaállam visszhangozza és erősíti fel a szó szoros értelmében milliószorosra (vö. Kenez 1985). Orbán üzeneteinek célcsoportokra bontott változatait harsogja milliók számára a NER központosított, pártállami tartalomirányítás alá vont médiarendszere minden platformon, fórumon és hullámhosszon. A biztonságiasítás propagandaüzeneteit ismétlik és variálják a közpénzből fenntartott MTVA tévé- és rádiócsatornái, a KESMA-lapok százai, a kormánypárti propagandaportálok, az orbánista influenszerek, a gyakran ismétlődő „nemzeti konzultációs” multimédia megakampányok óriásplakátjai, hirdetőoszlopai, szórólapjai és az állampolgárok nevére érkező, kormányzati adatbankot felhasználó direktmarketing-levelek.

A *biztonságiasítás (securitisation)* a politikatudomány és a nemzetközi kapcsolatok fogalma, amelyet Ole Wæver (1998) és a biztonsági tanulmányok úgynevezett koppenhágai iskolája vezetett be. A biztonságiasítást olyan retorikai stratégiaként – beszédaktusok sorozataként – határozhatjuk meg, amely a bizonytalanság állapotát hozza létre.

Senn (2017: 608) szavaival „a bizonytalanság személyközi (interszubjektív) állapot, amely annak eredménye, hogy a problémákat egyes szereplők halálos (egzisztenciális) fenyegetésként jelölik meg beszédaktusaikban”. A biztonságiasítás elmélete jó példa arra, hogy a politikatudomány és a populista politikai kommunikáció elemzése miként hasznosíthatja a retorika fogalmait és a beszédaktus-elméletet. Senn azonban – bár hozzájárult a koncepció kialakításához – elismeri azt a kritikát is, amely a szerint a koppenhágai iskola túlhangsúlyozza a biztonságiasítás kommunikatív aspektusait. Hogy megértsük, *hogyan és miért* hat a biztonságiasítás stratégiája – például Orbán esetében –, el kell helyeznünk ezt a kommunikációs stratégiát a politika, a történelem, a társadalom, a kulturális és a médiarendszer kontextusaiban. Ez a tanulmány erre tesz néhány javaslatot.

2. Szónok születik: az 1989-es Orbán-beszéd és lenyomatai

Orbánt az 1980-as évek végén és az 1990-es évek elején személyesen is ismertem. A néhány száz demokratikus gondolkodású fiatal egyikeként, akik aktívan részt vettek a magyarországi demokratikus átalakulásban, 1989 nyarán a Fidesz – akkor pluralista, liberális ifjúsági mozgalom – egyik korai tagja lettem. A korai Fidesz sokféle politikai meggyőződésű fiataalt – főként egyetemistákat – vonzott magához, köztük balliberálisokat, piaci liberálisokat, demokratikus szocialistákat. Többségük progresszív, alternatív kulturális és politikai elképzelésekkel rendelkezett. Közös értékünk a „nyugati típusú”, többpárti, az emberi jogokon, alkotmányosságon és jogállamiságon alapuló liberális demokrácia volt – és persze Magyarország függetlenségének követelése a több évtizedes szovjet megszállás után. A Fideszt 1988-ban 37 fiatal alapította (a tagság hivatalos felső korhatára akkor 35 év volt). A Fidesz alapítóinak többségével, köztük Orbánnal a nyolcvanas évek végén együtt vettünk részt ellenzéki találkozók, politikai eseményeken, illetve ezek előkészítésében a Bibó Szakkollégiumban.

A 2020-as évek elején, több mint harminc évvel később a Fidesz szélsőjobboldali, populista állampártként áll előttünk. Magyarországot 2010 óta megszakítás nélkül Orbán Viktor vezeti. A tizenkét év alatt az ország az Európai Unió első nem demokratikus, hanem választásos önkényuralmi, tekintélyelvű hibrid rezsimjévé vált (Szilágyi 2012, Bozóki & Hegedűs 2018). Orbán miniszterelnöksége alatt Magyarország lett az egyetlen tagállam az Európai Unióban, amelyet a demokráciák fejlettségét komplex változók szerint értékelő Freedom House már csak „részben szabadként” határoz meg. (A státus 2019-ben esett vissza a „szabad” értékelésről.) A Freedom House legfrissebb, 2021-es és 2022-es jelentéseiben Magyarország „globális szabadság” indexe rendkívül rossz, 69-es értéket mutat. Az Orbán-rendszer az egyetlen nem alkotmányos, liberális demokrácia, hanem „hibrid rezsim” státusú tagállam az EU-ban (Freedom House 2022, Szabó & Szopkó 2022).

Mi köze a populista retorikának ahhoz, hogy Orbán az évtizedek alatt liberális demokratából tekintélyelvű jobboldali populistává (s uralma alatt Magyarország alkotmányos demokráciából tekintélyelvű hibrid rezsimmé) vált?

Közelítsük meg ezt a kérdést egy másikkal: miért hatásos szónok Orbán? Ennek megértéséhez egészen az 1989-es híres Orbán-beszédig vissza kell mennünk. A fiatal, akkor még ismeretlen diákaktivista Orbán Viktor

azzal a kulcsbeszéddel egy csapásra híressé, országosan ismert politikai személyiséggé vált. Sőt az 1989. júniusi beszéde a kommunizmusból a demokráciába való magyar demokratikus átmenet alighanem legfontosabb politikai beszéde lett. A beszéd és a platformját képező médiaesemény Orbánt befolyásos és sikeres szónokká tette.

Orbán ezt a nagy jelentőségű, győzelmes 1989-es tapasztalatot igyekezett megismételni a hasonló beszédhelyzetek rendszeres, stratégiai újrateremtésével és hasonló retorikai mintákkal később, évtizedeken keresztül (Szilágyi 2012, Szilágyi & Bozóki 2015). A politikai ideológiájában, álláspontjában bekövetkezett jelentős fordulatok ellenére hosszútávú populista retorikájának néhány kulcseleme akkor alakult ki, amikor a rendszer-váltás idején a politikába vetette magát. Ezek a kulcselemek azóta is folyamatosan jelen vannak szónoklataiban. Ahhoz, hogy megértsük Orbán retorikájának mélyszerkezetét és a szónoklatok központi jelentőségét politikai univerzumában, meg kell értenünk, hogyan született meg politikai és szónoki személyisége, amikor 1989-ben azt a kulcsfontosságú szózatot intézte a nemzethez.

Milyen volt ennek az első, híres Orbán-szónoklatnak a politikai környezete és a beszédhelyzete? Amikor Orbán 1989-ben, huszunhat éves joghallgatóként belépett a magyar politikába, a hidegháború még nem ért véget. Európát még a vasfüggöny szelte ketté. A kommunista közép- és kelet-európai régió országai – köztük Magyarország – egypárti diktatúra és szovjet katonai megszállás alatt éltek. A térséget a Szovjetunió diktatorikus vezetésével integrálta a Varsói Szerződés (a kommunista országok katonai szervezete) és gazdasági megfelelője, a KGST (Kölcsönös Gazdasági Segítség Tanácsa). A szovjet blokk államai dogmatikus, hivatalos kommunista ideológiával, szinte kizárólag állami tulajdonú, államszocialista tervgazdasággal és erősen centralizált, cenzúrázott propagandamédia-rendszerrel működtek. A későbbi vasfüggöny mögötti országok többségét, így Magyarországot is a Szovjetunió Vörös Hadserege a második világháború utolsó szakaszában, 1944–1945-ben felszabadította, és azóta folyamatosan megszállva tartotta. Az országban stratégiai pozíciókat foglaltak el a szovjet Vörös Hadsereg csapatainak laktanyái. A szovjet hadsereg a NATO-országok megtámadására alkalmas nukleáris fegyvereket is állomásoztatott Magyarországon.

Egy, a szovjetekhez kapcsolódó személyes emlék ennek az időszaknak a hangulatára: gimnazistaként az 1970-es évek második felében egyszer Balatonfüredről Budapestre stoppoltam. Meglepetésemre egy olajzöld, szovjet katonai dzsip állt meg az arácsi műúton (a szovjetek katonai üdülőt tarottak fenn Füred közepén). Egy egyenruhás, magasra ívelt szovjet katonai sapkát viselő szovjet tiszt invitált a katonák közé a kocsiba. Haboztam kicsit, de aztán beszálltam a dzsipjükbe. A dzsipben utazó szovjet tisztetek ragaszkodtak ahhoz, hogy oroszul beszéljek velük, és szívélyesek maradtak annak ellenére is, hogy az oroszom harmatgyenge volt. (Az általános és a középiskolában kötelező volt oroszul tanulni.)

Az 1980-as évek közepétől már érezni lehetett a változás keleti szelét. A peresztrojka (újjaépítés, átépítés) és a glasznosztj (nyilvánosság, nyitottság) új politikáját Mihail Gorbacsov, a Szovjetunió Kommunista Pártja 1985-ben hatalomra került reformpárti főtitkára vezette be. Célja a stagnálás leküzdése, a Szovjetunió vitalizálása volt. Gorbacsov reformjai azonban – nem szándékolt következményként – kihívás elé állították a keleti blokk többi vezetőjét, akik konzervatívabbak maradtak az új szovjet vezetőnél.

Eközben egyes kommunista országokban a földalatti demokratikus ellenzék is aktívabbá és hatékonyabbá vált. A legprogresszívebb Lengyelországban már a változás kulcséve, 1989 tavaszán sor került a kommunista kormány és a demokratikus ellenzék (s benne a korábban illegális Szolidaritás szakszervezet) közötti kerekasztal-tárgyalásokra. Ezt a lengyel ellenzék elsöprő győzelme követte (a részben szabadabbá tett választásokon) 1989. június 4-én. A lengyel példa nyomán Magyarországon néhány nappal később, június 13-án indult meg a Nemzeti Kerekasztal tárgyalás-sorozata a Magyar Szocialista Munkáspárt és a demokratikus ellenzék között. Az 1989. szeptember 18-án zárult Nemzeti Kerekasztal pedig megnyitotta az utat a 1990-ben tartandó többpárti, demokratikus választások előtt.

De 1989 nyarán mindez még csak a készülő jövőben létezett. Kelet-Németország (a Német Demokratikus Köztársaság), Csehszlovákia, Bulgária akkor még sértetlen, keményvonalas egypárti kommunista államként működött. Románia (és az erdélyi magyar kisebbség) a nacionalista-kommunista diktátor Nicolae Ceaușescu uralma alatt gyötrődött. A közép- és kelet-európai térség fölét a Varsói Szerződés és a KGST ernyője terült.

A magyar rendszerváltás kulcsfontosságú, jelképes eseményére Budapesten, a Hősök terén került sor 1989. június 16-án. A rendezvény középpontjában Nagy Imre és mártírtársai, az 1956-os demokratikus (antikommunista, szovjetellenes) forradalom vezetőinek állami tiszteletadással járó újratemetése állt. A koporsókat (a forradalom

vezetőinek névtelen tömegsíról exhumált maradványaival) mintegy 250 ezer ember jelenlétében ravatalozták fel. Az újratemetési szertartás hivatalos tiszteletadást és politikai elismerést jelentett az 1956-os forradalom vezetőinek a független, demokratikus Magyarországért elszenvedett mártíromságukért.

1956. októberében, a forradalom időszakában Nagy Imre miniszterelnök hivatalosan deklarálta Magyarország kilépését a Varsói Szerződésből. Feloszlatta az egypárti diktatúra gyűlölt titkosrendőrségét (az Államvédelmi Hatóságot, ÁVH-t). Az 1956. november 3-án megalakult többpárti (MSZMP–FKGP–MSZDP–Petőfi Párt) forradalmi Nagy Imre-kormány összetétele már megjelenítette a visszatérést a többpárti demokráciához. Ez jól jelezte a demokratikus kibontakozás irányát, az alkotmányos demokrácia jövőbeli lehetőségét a forradalommal szabaddá, függetlenné vált Magyarországon. A demokratikus kibontakozást azonban megghiúsította a november 4-én bekövetkező szovjet katonai agresszió, a forradalom szovjet leverése. Nagy Imre és több társa a jugoszláv nagykövetségen keresett menedéket, ám szovjet segítséggel kicsalták és elfogták őket. 1958. júniusában Nagyot és az 1956-os forradalom több vezetőjét a Kádár-rezim bíróság elé állította. Hazaárulásért (és a „népi demokratikus államrend megdöntésére irányuló szervezkedésért”) kivégezték, majd jeltelen sírokba temették őket.

A Hősök terén 1989. június 16-án rendezett négy óra hosszúságú nyilvános rendezvény történelmi forduló-pontot jelentett a magyar politikában. A megemlékezésen politikailag is rehabilitálták Nagy Imrét és kivégzett társait, s magát a forradalmat. Hatan mondtak beszédet az eseményen. Öten közülük az 1956-os forradalom börtönbüntetését elszenvedett, 1989-ben már idősebb szereplői. A legfiatalabb szónok, a huszonhat éves Orbán Viktor jelképes szerepe szerint a „magyar fiatalokat” képviselte a beszédet mondók sorában. A hat előadó közül Orbán tartotta a legemlékezetesebb beszédet. A beszéd leggyakrabban felidézett része a szovjet csapatok kivonását követelte. Ott voltam a Hősök terén két barátommal, a városligeti csónakázó bejáratánál közvetlenül azelőtt beszélünk négyesben Orbánnal, hogy elindult beszédét megtartani. Ezután negyedmillió emberrel együtt támogatólag hallgattam a tömegben a beszédeket. A szertartást élőben közvetítette a televízió és a rádió, s az a kollektív nemzeti emlékezet részévé vált. E kulcsfontosságú médiaesemény Magyarország demokratikus átmenetét, kommunizmus utáni fordulatát jelképezte, amikor az ország elindult a többpárti demokrácia, az 1990-es szabad választások felé (vö. Dayan és Katz 1992).

Az 1989-es beszédek retorikai műfajukat tekintve *laudációk* (dicsérő beszédek) az 1956-os forradalom hőseinek tiszteletére. Ez azonban csak keretet adott a magyar történelmi hivatkozásoknak és az aktuálpolitikai üzeneteknek. Orbán beszédében történelmi folytonosságot teremtett az 1848-as Habsburg-ellenes, az 1956-os szovjetellenes forradalom vezetői és saját, kommunizmus utáni nemzedékünk között:

Polgártársak! Az orosz megszállás és a kommunista diktatúra negyven évvel ezelőtt történt bevezetése óta a magyar nemzetnek egyszer nyílt alkalma, csak egyszer volt elegendő bátorsága és ereje ahhoz, hogy megkísérelje elérni a már 1848-ban kitűzött céljait, a nemzeti függetlenséget és a politikai szabadságot. Céljaink máig nem változtak, ma *sem engedünk a '48-ból, így nem engedünk '56-ból sem*. Azok a fiatalok, akik ma az európai polgári demokrácia megvalósításáért küzdenek, két okból hajtanak fejet a *kommunista Nagy Imre* és társai előtt (Orbán 1989, kiemelés tőlem: S. M.).

Ebben a diszkurzív konstrukcióban a lázadó fiatal nemzedékek mindig a forradalmak és szabadságharcok céljainak folytonosságát, aktualizálását, a magyar történelem legjavát képviselik. Szónoklatában s szónoki szerepében maga Orbán ennek a fiatal nemzedéknek a hangját testesíti meg. Ezzel a politikai változás kulcs-szereplőjévé pozicionálja magát, aki az elmúlt évszázadok történelmi igényeit képviseli, és azokért cselekszik. A szerep pedig, amelynek közös formájába magát, illetve az 1848-asokat és 1956-osokat önti, kettős: *hősök és áldozatok* voltak egyszerre.

A megemlékezésen az 1956-os forradalom öt, vezető szerepet betöltő mártírjának (Nagy Imre, Gimes Miklós, Losonczy Géza, Maléter Pál és Szilágyi József) holttestét ravatalozták fel. A Múcsarnok lépcsőjén álló ravatalra azonban hat koporsót állítottak ki. A hatodik koporsó üres maradt. Az üres koporsó az 1956-os forradalom alatt meggyilkolt vagy azt követően kivégzett kevésbé ismert embereket (köztük a fiatal utcai harcosokat, a pesti srácokat) jelképezte. Orbán beszédének középpontjában valójában nem Nagy és társai, hanem ez a hatodik a koporsó állt.

Orbán hangsúlyosan „a kommunista Nagy Imrének” nevezte a mártír miniszterelnököt még szovjet és a magyar kommunista elnyomók halálos ítéletének kontextusában is. Helyette 1956 fiatal áldozatai és saját nemzedéke között vont párhuzamot:

Jól tudjuk, a forradalom és a megtorlások áldozatainak többsége korunkbeli, magunkfajta fiatal volt. De nem pusztán ezért *érezzük magunkénak a hatodik koporsót*. Mind a mai napig 1956 volt az utolsó esély arra, hogy nemzetünk a nyugati fejlődés útjára lépve gazdasági jólétet teremtsen (Orbán 1989, kiemelés tőlem: S. M.).

Az 1989-ben lehetségessé vált demokratikus átmenetet képviselve Orbán az elhunyt fiatal harcosokkal azonosítja magát. Ugyanakkor a jövő nemzedékeinek nevében beszél:

...vérbe fojtották forradalmunkat, és visszakényszerítettek bennünket abba az ázsiai zsákutcába, amelyből most újra megpróbálunk kiutat találni. Valójában akkor, 1956-ban vette el tőlünk – mai fiataloktól – a jövőnket a Magyar Szocialista Munkáspárt. Ezért a hatodik koporsóban *nem csupán egy legyilkolt fiatal, hanem a mi elkövetkező húsz vagy ki tudja, hány évünk is ott fekszik* (Orbán 1989, kiemelés tőlem: S. M.).

Ha sikerülhet a demokratikus rendszerváltás a „nyugati fejlődés és ... gazdasági jólét” megteremtése érdekében, akkor az utolsó koporsó üres helye – és az odaképzelt „legyilkolt fiatal” – életre kelhet, ahelyett, hogy csak holt tér, élettelen űr maradna. Akkor új életre lehetne kelteni, fel lehetne támasztani a régi és a mai áldozatok elvesztetett generációit, akiket a hatodik, üres koporsó jelképez. Ez közvetve egy erőteljes Megváltó-konstrukciót jelent. Ha Orbán küldetése sikerül, az üres koporsó halál helyett életet ad, a feltámadásra utal.

Orbán 2010 utáni folyamatos uralkodása idején ez a jelképes konstrukció beérett, saját életre kelt. A kvázi-vallásos „Viktor a Megváltó” visszatérő toposzá vált Orbán nem hivatalos személyi kultuszának részeként. S a pontosság kedvéért: a hatodik koporsó valójában üresen állt. Emberi maradványok – a „legyilkolt fiatal” holttestének – vizionálása abban a koporsóban csak Orbán drámai túlzása, retorikai *hiperbolája*.

A beszéd drámai, kiélezett szembenállást hoz létre. Az egyik oldalon Orbán magát a hótiszta, szeplőtlen, kompromittáló múlt nélküli fiatal megmentő szerepébe helyezi: „Mi, fiatalok sok mindent nem értünk, ami talán természetes az idősebb generációk számára.” A másik oldalon azt feltételezi, hogy a magyar kommunista párt nemcsak a múlt generációját ölte meg, hanem *megölheti* a jövő nemzedékeit is. Orbán azt is elképzei, hogy 1989-es átmenetben az MSZMP vezetői úgy járhattak *volna el*, mint Li Peng kínai miniszterelnök, aki fontos szerepet játszott a Tienanmen téri felkelés vérbefojtásában 1989. június 3–4-én, mindössze tizenkét nappal a budapesti újratemetési szertartás előtt. Vagy mint a tömeggyilkos Pol Pot tette a kambodzsai gyilkolómezőkön. Vagy ahogy Jaruzelski, a lengyel katonai diktátor tette, aki 1980-ban hadiállapotot hirdetett a Szolidaritás szakszervezeti mozgalom és saját népe elle. Vagy ahogy Rákosi Máttyás, Magyarország széles körben gyűlölt sztálinista diktátora tette uralkodása alatt 1948 és 1953 között. Ezek Orbán szavai:

A magyar politikai vezetésnek nem érdeme, hogy a demokráciát és szabad választásokat követelőkkel szemben – bár fegyvereik súlyánál fogva megtehetné – nem lép fel a Pol Potéhoz, Jaruzelskiéhoz, Li Pengéhez vagy Rákosiékhoz hasonló módszerekkel (Orbán 1989).

Fontos megjegyezni: amikor Orbán az 1989-as magyar politikai vezetésről beszél, akkor azzal jellemzi őket, hogy *mit tehettek volna* meg, ha diktátorként viselkednek. Ez annak a retorikai alakzatnak a változata, amelynek lényege: egy témát úgy hozunk fel, hogy tagadjuk, vagy azt mondjuk, hogy nem fogunk beszélni róla.

Ez a retorikai eszköz a *mellőzés*, latin neve *praeteritio*, görög elnevezése *apophasis*, illetve *paralipsis*. Orbán úgy hozza fel a tömeggyilkos diktátorok példáját, hogy közben a valóságban a magyar demokratikus átmenet erőszakmentesen, békésen zajlott. Mellőzi a valós folyamatokat, a szó szoros értelmében a *tárgy mellé beszél*. Valójában Magyarországon 1989-ben sem a Li Penghez vagy Pol Pothoz kötődő véres erőszak és tömeggyilkosság, sem

a Jaruzelski és Rákosi nevéhez köthető szörnyű elnyomás sem valósult meg. Az egész magyar átmenet a kommunizmusból a demokráciába békében, az erőszak legkisebb nyoma nélkül ment végbe. Orbán azonban a legrosszabb fajta véres diktátorokhoz hasonló ellenségnek mutatja be ellenfeleit. Arra célozgat, közvetve azzal vádolja őket, amit nem követtek el. Azzal, amit szerinte elkövethettek volna. Az ellenség bűne így a képzettársítás alapján jön létre.

Orbán *túloz és túlzásával félelmet kelt*. Valóban *félelmetes helyzet*, ha belpolitikai ellenfeleink olyanok, mint a nyugati médiában a „Tienanmen mézárósának” nevezett Li Peng, a tömeggyilkos Pol Pot, a katonai diktatúrát bevezető Jaruzelski vagy a „Sztálin legjobb tanítványaként” totális diktatúrát működtető Rákosi.

Összefoglalva: Orbán 1989-es alapbeszédében *fekete-fehér világot* mutatott be. Az egyik oldalon véres, terrorista diktátorokat, a halál angyalait. A másikon a múlt és a jövő ártatlanul elpazarolt, ifjú nemzedékeit. S közöttük saját *magát megváltószerű, fiatal figuraként* személyesítette meg, aki a mártírok nevében szólva a gonosz erők felszámolásának ígérteit hozza.

Orbán a kommunizmus világtörténetének legsúlyosabb, legemberellenesebb diktátoraival és tetteivel hozta összefüggésbe, mosta össze tárgyalópartnereit, a volt kommunista nómenklatúrát, amely épp tárgyalóasztalhoz akart ülni a demokratikus átmenetről, a többpártrendszer újrabevetéséről. Nem politikai ellenfelekről szólok, hanem halálos belpolitikai *ellenséget képzett*, akik emberellenes bűnök elkövetésére is képesek. Az ellenfél kompromisszumra, tárgyalásra való hajlandóságát elhallgatta. Ugyanakkor a *teljes nemzet, a magyar nép összességének képviselőjeként, országos, exkluzív médiaseményen* lépett fel az ország függetlenségét követelve a megszálló *külső ellenséggel szemben*.

3. Orbán szezonális szónoklatai: a propagandaállam üzenetei

Orbán 1989-es, áttörést jelentő szónoklatának nagy külső (politikai) és belső (pszichológiai) hatása kétségtelenül életre szóló *bevésődést* (a pszichológia szaknyelvén *imprintinget*) jelentett a fiatal politikus számára. Orbánban egy életre megszilárdult a meggyőződés: a széles körben, médiaeseményként közvetített, nagy, nyilvános beszédek, amelyekben ő maga a nemzet egészét hivatott képviselni s a nép nevében ki tudja jelölni az éppen aktuális, halálos ellenséget, rendkívül jól szolgálhatják politikai érdekeit. S ezt az eszközt remekül sikerült is elsajátítania és csúcsra járatnia.

A hasonló szónoklatok sora továbbra is meghatározó szerepet játszott Orbán egész nyilvános politikai pályafutásában, és hozzájárult ahhoz, hogy teljes mértékben uralja Magyarország politikai életét. Termékeny, szisztematikus szónoki tevékenysége populista politikai projektjének központi eleme volt és maradt 1989-től egészen máig.

Orbán Viktor az 1989-es beszédre építő módszertannal (*know-how*-val) évi négy rendszeres, szezonális szónoklat sorozatát dolgozta ki az az évtizedek során. Mindegyik szónoklat az év egy évszakát fedi le. Orbán mindegyik sorozatban az 1989-es szónoklat beszédhelyzetének elemeit próbálja újraalkotni.

3.1. A téli sorozat: az évértékelő szónoklatok

Az első sorozat a télvégi „évértékelő beszédeké”. Orbán 1999-ben indította el évértékelő (korábbi nevén „országértékelő” szónoklatai sorát. Ez a beszéd sorozatot több mint húsz éven át, 2021-ig megszakítás nélkül folytatta. 2021-ben (a huszonharmadik évben) a koronavírus-járvány miatt nem tartotta meg a szokásos évértékelő szónoklatot, de a sorozat 2022. február 12-én már újraindult.

Ezek a formális rendezvényeken megtartott programbeszédok Orbán legfontosabb éves szónoklatai. Itt Orbán értékeli az előző naptári év politikai fejleményeit, s egyúttal előre tekint. A több mint két évtizede a téli szezon végén (általában februárban) elhangzó beszédek nagy nyilvánosságot élvező médiaesemények, élő televíziós közvetítéssel (Dayan & Katz 1992), amelyet élénk nyilvános vita követ. A szónoklat után annak vélelmezett nagy eseményértéke miatt a szakértők minden fontosabb médiumban (a tévében, a rádióban, a híroldalakon, az újságban stb.) értelmezik Orbán trendalakító terminológiáit és diszkurzív stratégiáit. Az ellenzéki politikusok is reagálnak az évértékelő beszédekre. Mindezt a közösségi média vitája öleli körbe. Orbán ezekkel az évenkénti

médiaeseményekkel évtizedek óta sikeresen határozza meg a politikai napirendet, fogalmakat és fő értelmezési kereteket. Különösen figyelemreméltó, hogy nemcsak azokban az években járt sikerrel, amikor kormányzott (1998 és 2002 között és 2010 óta), hanem jelentős mértékben akkor is, amikor ellenzékben volt (2002 és 2010 között).

Az évértékelő beszédek mintája egyfelől az amerikai elnökök State of the Union (Az Unió Helyzete) beszéde. Ezt azonban mindig csak a hatalmon lévő elnökök mondják el a washingtoni Kongresszusban. Orbán viszont miniszterelnökként és ellenzékben is teljes határozottsággal tartotta meg a magyar politikai életre nagy hatást gyakorló beszédet. További különbség, hogy az amerikai elnök az alkotmány által előírt beszámolót tart a törvényhozók előtt az ország költségvetéséről, gazdaságáról, valamint az elnöki terveiről és a jogalkotási javaslatairól. Orbán ehhez képest csak párttársai és támogatói előtt (sokszor politikai tömeggyűléseken), és nem a parlamentben tartja éves beszédét. Változó színhelyeken, alkotmányos formák és törvényi beszámoló nélkül szónokol, lényegében politikai kampánybeszédet mond.

Ugyanakkor nem nehéz felismernünk: az évértékelő beszéd modellje az 1989-es „az orosz csapatok kivonása” szónoklat. Erre utal a felépített beszédhelyzet szerkezeti hasonlósága. Minden részletében megtervezett, színpadszerűen megrendezett médiaesemények éves sorozatáról van szó. S az 1989-es alapbeszédre utal vissza a retorikai alapállás is. Orbán újra és újra a nemzet egészének nevében (nem pedig pártpolitikusként) nyilvánul meg. Populista vezetőként retorikailag a nép, a nemzet egészének képviselőjét kívánja kisajátítani.

3.2. A tavaszi sorozat: a március 15-ei szónoklatok

Az évente ismétlődő Orbán-szónoklatok második sorozata március 15-én zajlik. A hivatalos ünnepnapon (hazánk legjelentősebb nemzeti ünnepén) elmondott évenkénti beszédek kontextusa az 1848–1849-es, Habsburg-ellenes forradalomra és szabadságharcra való emlékezés. A forradalom kitörésének napja Magyarország újkori történelmének egyik meghatározó eseményévé, nemzeti identitásának sarokkövévé – s egyszersmind a nemzeti mitológia részévé – vált. Pozitív értelemben a forradalom a progresszív társadalmi reformok, a modern polgári társadalmi átalakulás, az önrendelkezési és függetlenségi harc üzenetét horozza. Az 1848–1849-es forradalom és szabadságharc széles körű társadalmi támogatást élvezett, így a Habsburg-birodalom csak az Orosz Birodalom katonai beavatkozásával tudta leverni.

Negatív értelemben az elvesztett forradalom része lett Magyarország történetében az elfojtott felkelések, levert forradalmak és elvesztett háborúk hosszú sorának. Beágyazódott az igazságért küzdő magyar nép visszatérő áldozattá válásának traumatikus sorozatába. A levert forradalom az áldozatiság (a kiszolgáltatottság, a reménytelenség, a tehetetlenség, a hatalomtól és az önrendelkezéstől való megfosztottság, a viktimizáció) nemzeti önképének egyik központi elemévé vált.

Orbán szónoklatainak beszédhelyzetét tekintve március 15-e tavaszi ünnep. A polgárok Budapesten és más városokban sétálva élvezik a tavaszi időt, együtt ünneplik az 1848-as forradalmat kirobbantó nemzeti hősokeket. Március 15-e minden párt politikusa számára remek alkalom arra, hogy nyilvános beszédet tartson. Budapest kerületeiben, minden városban és sok faluban a helyi polgármesterek és más közéleti személyiségek megjelennek a nyilvánosság előtt. A beszédeket gyakran ünnepi programok keretezik. A zenés előadásokat, közös éneklést, versmondást az 1848-as forradalom dramatizált epizódjainak előadása stb. követi. Orbán miniszterelnökségének éve alatt hivatalos hivatalos állami ünnepeken tartotta szónoklatait. Amikor ellenzékben volt, különböző budapesti helyszíneken szólt a tömeghez.

3.3. A nyári sorozat: a tusnádfürdői szónoklatok

Orbán beszéd-sorozatainak harmadik csoportjába az erdélyi Tusnádfürdőn, Romániában megtartott stratégiai beszédek tartoznak. Az erdélyi kisváros minden nyáron egy kisebbségi magyar nyári egyetemnek és diák-tábornak (a Bálványosi Nyári Szabadegyetemnek) ad otthont. Orbán beszédei itt gyakran stratégiai kijelentésekre, külpolitikai és geopolitikai, illetve nemzetiségi és magyar etnikai kérdésekre összpontosítanak. Ehhez

Tusnádfürdő elhelyezkedése is jó keretet ad a térségben élő magyarok kisebbségi helyzete és az ebből fakadó magyar–román etnikai dinamika kontextusa miatt. Tágabb értelemben mindez a Közép- és Kelet-Európa népei közötti történelmi feszültségre, ugyanakkor geopolitikai helyzetük közösségére is utal. (Erdély román és magyar lakosságú, román többségű. Hargita megyében, ahol Tusnádfürdő található, többségben magyarok, kisebbségben románok, romák és más nemzetiségek élnek.)

Az Orbán-kormány a 2010-es hatalomátvétele után, vitatott döntéssel kettős állampolgárságot ajánlott fel a szomszédos országokban, köztük Romániában élő magyaroknak. Ennél is vitatottabb, hogy a kettős állampolgársággal rendelkező magyarok szavazati joggal rendelkeznek Magyarországon (bár nem fizetnek adót az országban), és külön Orbán-párti szavazótömböt alkotnak. Ez azt jelenti, hogy a nyári Orbán-szónoklatok hallgatóságában a legtöbben román és magyar kettős állampolgárok, és mindkét országban szavaznak a parlamenti választásokon. Tehát Orbán beszédeinek nemcsak távlatos súlyuk, hanem közvetlen politikai tétjük is van.

Orbán többször is arra használta a nyári romániai szónoklatait, hogy új politikai kifejezéseket és kapcsolódó stratégiát vezessen be. 2014-ben Tusnádfürdőn vetette fel először pozitív értelemben az „illiberális állam” és az „illiberális demokrácia” kifejezéseket, amelyek azóta populista világméretű kulcsfogalmaivá váltak. A „külföldről fizetett civil szervezetek” elleni első verbális támadásai is ugyanebből a 2014-es beszédből származnak. (Ezek három évvel később váltak politikai valósággá. Akkor indított az Orbán-rendszer komoly politikai és jogi támadásokat a magyarországi civil szervezetek ellen.) Szintén Tusnádfürdőn biztosította Orbán támogatásáról Donald Trump akkori republikánus elnököt. (Trump iránti nyílt elkötelezettsége azóta is változatlan.)

2018-ban Orbán itt ismertette kritikai elképzelését az EU-ról, és megígérte, hogy aktív szerepet vállal az Európai Unió politikájában. Végül 2022. július 23-án Tusnádfürdőn adta elő nagy hazai és nemzetközi vihart kavarázó fajelméleti fejtegetéseit „a kevert fajú” Európa elutasításáról és a Nyugat állítólagos hanyatlásáról. Az egyhetes tusnádfürdői rendezvényre mindig a politikai hírekben szegény uborkaszegényben kerül sor. Ez az időzítés különösen bő teret ad a magyar közéletben Orbán új stratégiai fogalmainak megvitatására.

3.4. Az őszi sorozat: a kötcsei szónoklatok

Mint említettük, Orbán 1999-ben találta ki télvégi évertékelő szónoklatainak eseménysorozatát, amely már több mint 20 éve folytatódik. Ehhez hasonlóan, a tavaszi (március 15-ei) és a nyári (tusnádfürdői) szónoklatok éves szertartásként, kiszámítható rendszerességgel hangzanak el. Valójában azonban létezik Orbán rendszeres szónoklatainak egy negyedik sorozata is. Ezeket a politikus minden évben kora ősszel (általában szeptemberben) adja elő Kötcsén, egy kúriában. A 2004 óta minden évben megrendezett „polgári piknik” állandó fővédnöke és előadója Orbán Viktor. (A kötcsei találkozót 2020-ban a találkozót a Covid19 miatt nem tartották meg, de 2021-ben már ez is újraindult.)

A különbség az, hogy a kötcsei szónoklatok zárt stratégiai találkozókra hangzanak el pártállami vezetők és kulturális támogatóik (a Fidesz vezetősége, országgyűlési és EP-képviselők, állami tisztviselők, köztük a Magyar Nemzeti Bank elnöke, Orbán-párti művészek és újságírók stb.) előtt. Orbán beszédeinek részletei azonban minden őszi kötcsei találkozó után kiszivárognak. Általában céltudatosan szivárogtatásról van szó, hogy ugyanazt a médiaérdeklődést keltsék, mint a másik három éves beszéddel. Így a kötcsei beszédek stratégiai fontosságukat és napirend-alakító erejüket tekintve a másik három Orbán-beszédsorozat mellé kerülnek.

A nyugati alkotmányos demokráciákban meglehetősen szokatlan volna, hogy egy miniszterelnök minden évben négy előre megrendezett kulcsbeszédet, nagy rendszeres szónoklatot mondjon. Orbán azonban hosszú ideje évi négy nagy szózatot intéz a nemzethez: minden évszakban egyet. Ez már több mint negyven stratégiai beszédet jelent csak 2010-es hatalomátvétele óta, amóta elkezdte építeni a NER autoriter rendszerét. Szezonális szónoklataival Orbán mintegy verbális leplet, takarót borít Magyarországra. S ez a több mint negyven stratégiai Orbán-beszéd alkotja annak a félhivatalos állampopulista ideológiának az alapvető tartalmát, amely hegemon módon meghatározza Magyarország politikai napirendjét.

Az Orbán-rezsimben a vezető szezonális üzeneteit összetett, a pártállam által irányított propagandarendszer (média- és kommunikációs rendszer) több intézményi rétege aktualizálja, dolgozza ki részleteiben, és terjeszti – az állandósított kampányhelyzetnek megfelelően.

A propagandarendszer elemei közül szintén Orbán személyéhez kötődik az állami rádióban minden *péntek reggel adott rendszeres rádióinterjúja*. A miniszterelnök tizenkét éve, 2010-ben intézményesítette ezt a műsort. Ezek az Orbán-interjúk azonban nem valódi kérdéseken alapuló, tényszerű párbeszéd a szabad, demokratikus média műfaji szabályai szerint. A rádiós műsorvezető nem tesz fel semmilyen provokatív, sőt önálló kérdést sem, hanem „alá kérdez” a miniszterelnöknek. A riporter a rezsim aktuális politikai napirendjét és értelmezési kereteit használja a sokszor kedveskedő felvezető mondatokban. Kérdések (és esetleg tényszerű számonkérés) helyett az a cél, hogy Orbánnak ingyenes műsoridőt biztosítsanak időszerű üzenetei kifejtésére, kommunikációs célok elérésére, a kormány eredményeinek dicséretére, a mindenkori ellenség (az ellenzék, Soros, „Brüsszel” stb.) elleni támadásokra.

A pénteki rádióinterjúkban a négy nagy szezonális szónoklat közötti kisebb miniszterelnöki beszédeket halljuk. A rövidebb időszakot betöltő kommunikációs töltőanyagot, amely kiadja a propagandistáknak a heti iránymutatást a propagandarendszer egészében. A szertartásos heti interjúkat a Magyar Rádió Kossuth csatornája (hírcsatorna) sugározza, amely európai típusú közszolgálati intézményből szigorú pártállami irányítás mellett kormányzócsővé alakult 2010 óta.

4. Félelem és rettegéskeltés: fenyeget a veszélyes világ

Az elmúlt húsz évben *négy téma* uralta Orbán Viktor populista diskurzusát: *a félelemkeltés, az ellenségek kijelölése, a nacionalista szuverenizmus és a militarizmus*.

Egy nagyszabású kvantitatív, hosszútávú (longitudinális) tartalomelemzés, amely Orbán több mint húsz éven át elmondott szónoklatainak nyelvi mintázatait tárta fel, megállapította, hogy ez a négy téma alkotja diskurzusának központi elemeit (Magyar et al. 2018).² A vizsgálat alapjául szolgáló negyvenegy szezonális szónoklat szövegteste (korpusza) húsz „országértékelő” Orbán-beszédet (1999 és 2018 között); tíz március 15-ei nemzeti ünnepi szónoklatot (2007 és 2018 között, 2013-ben és 2014-ben nem hangzott el); és tizenegy tusnádfürdői beszédet (2007 és 2017 között) tartalmaz.

Orbán négy fő témája közül az elmúlt két évtizedben a legfontosabb a *félelem és a rettegés* keltése. A félelmet és a rettegést olyan igék, főnevek, melléknevek és határozószók sokaságával gerjeszti, amelyek általános, illetve konkrét, közvetlen – vélt, sugalmazott vagy valós – társadalmi, politikai vagy gazdasági fenyegetésekkel, kockázatokkal és veszélyekkel kapcsolatban aggodalmat, szorongást, ijedtséget, iszonyt keltenek.

Ezeket a veszélyeket és fenyegetéseket Orbán sokszor konkretizálja, *ellenségként* személyesíti meg. A magyar-amerikai milliárdos és filantróp Soros György, a „migránsok” és „Brüsszel” (az Európai Unió vezetése) az ellenségképzés és gyanúkeltés legfőbb állandó vagy rendszeresen vissza-visszatérő céltáblái, tárgyai. Mellettük az aktuális ellenségek kijelölt, gyakran cserélt sora áll.

A harmadik kiemelt téma a *nacionalista szuverenizmus*, a nemzeti függetlenség retorikai hangsúlyozása és a fenyegető idegen erők elleni mozgósítás a szuverén magyar nemzet nevében. A szuverenizmus retorikájában „Brüsszel” mint elnyomó hatalom gyűlölt ellenséggé válik. Az EU központja Orbán beszédeiben külső, idegen érdekeket a szuverén magyar nemzetre erőltető, migránsokat betelepíteni akaró gonosz hatalmi központként jelenik meg. „Brüsszel” így Moszkva helyét foglalja el az 1989-es beszédhez képest. Orbán pozíciója azonban változatlan marad. Továbbra is az egész nemzet nevében szónokol a felépített külső ellenséggel szemben. A biztonságiasítás logikája szerint természetesen az új ellenség is drámai veszélyt, halálos fenyegetést jelent a magyar emberekre.

2 A fenti longitudinális kutatást négy magyar nyelvész végezte és publikálta. Mivel azonban Orbán beszédei politikailag érzékeny témát jelentenek, és a kutatók államilag ellenőrzött kutatói környezetben dolgoznak, álneveket kellett használniuk. Ezzel védték identitásukat a kormány propagandamédiájában elkövetett karaktergyilkossággal, zaklatással vagy állásuk elvesztésével szemben. Ezek ugyanis mind megtörténnek a független kritikusokkal – köztük a tudományos kutatókkal – is, az Orbán-rendszer tekintélyelvű környezetében a mai Magyarországon. A nyelvészeti kutatási projekt összefüggéseiről és főbb eredményeiről lásd Magyarai (2018). Az Orbán-rezsimben a kormány által támogatott, független kritikusokat, köztük tudományos kutatókat célzó karaktergyilkosságról és zaklatásról lásd Sükösd (2021) és Bajomi-Lázár (2022).

„A brüsszeli szankciók tönkretesznek minket” – hirdeti 2022 őszén a rezsím „nemzeti konzultációs” propagandaplakátja. A szankciók konkrétan bombák alakjában hullanak az emberekre: a kampány vizuális világa szerint Brüsszel szőnyegbombázást hajt végre Magyarország ellen.

Végül a *háború*, fegyveres konfliktus, harc, katonák, katonai stratégia metaforáival és színes szókészletével fokozatos militarizálás jellemzi Orbán szónoklatait. (Mindez évtizedes folyamat, nem a 2022-es orosz-ukrán háború eredménye.) A négy fenti téma szorosan kapcsolódik egymáshoz. Közülük az első kettővel foglalkozom részletesebben az alábbiakban.

Beszédei hatalmas korpuszának elemzése Orbánt vérbeli populistaként azonosítja. A populizmus klasszikus definíciója szerint a populista folyamatosan úgy hivatkozik önmagára, mint az *egységes nép* képviselőjére a *külső és belső „mások” részéről érkező fenyegetésekkel, ellenségekkel szemben* (Mudde 2004, Müller 2016/2018).

A populista világképben „Magyarország”, a „magyarok”, „a nemzet”, egynemű, monolitikus tömbként jelenik meg. A magyar nemzetre vonatkozó kifejezések képezik Orbán beszédeinek legnagyobb csoportját. Összességében az általa használt szavak több mint két százalékát teszik ki (Magyar et al. 2018). A nemzetre vonatkozó szavak gyakori használata alighanem általános a politikai vezetők beszédeiben (ha nem is ilyen arányban). Ennél is fontosabb, hogy a korpuszban szereplő (illetve a magyar kormány hivatalos honlapján szereplő további) Orbán-szónoklatok mindig arra mutatnak: Orbán szüntelenül, bármilyen közönségnek szól, *Magyarország népének mint egésznek a nevében beszél*.

Ebből kifolyólag Orbán szerint a kormányát és rezsímét érintő bármilyen külföldi bíráló rutinszerűen a magyarság, a magyar nemzet elleni általános bírálatként vagy támadásként kezelendő. Mivel a kormányt és a tekintélyelvű politikai rezsímet rendszeresen azonosítja a nép és a nemzet egészével, a politikai cselekvések döntéshozójának kiléte homályossá válik, a felelősség eloszlik és átterelődik. Az Orbán-rendszerrel szembeni külföldi kritikát a magyarok kritikájaként vagy szidalmazásaként fogalmazza át. Ezzel erősíti a magyar nemzet áldozattá válásának toposzát, a sérelmi kultúrát, a reszsentiment (*ressentiment*) érzését.

A reszsentiment fogalomnak nincs pontos magyar megfelelője. Kisebrendűségi komplexusban gyökerező irigységet, féltékenységet, frusztrációt, sértődöttséget jelent. Röviden: tehetetlen, hosszútávú bosszúvágy, „tehetetlen háborgás” (Kiss 2022: 10). A reszsentiment ugyanakkor különbözik az osztályharcos indulattól:

Ha úgy véljük, hogy valamely jövedelmi *egyenlőtlenség, uralmi alávetettség* nem helyénvaló, létezése indokolatlan – akkor *osztályharcos indulat* mozgat bennünket. Ha úgy véljük, hogy valamely egyenlőtlenségi vagy hierarchikus szituációban *nem azok a kedvezményezettek, akik ezt megérdemelnék*, akkor *resszentiment* (sic!) mozgat bennünket. Az osztályharcos indulat alulról felfelé vagy felülről lefelé irányul – a *resszentiment oldalról* (Szabó 1981: 362; kiemelés tőlem: S. M.).

A leginkább figyelemre méltó az, hogy Orbán retorikája milyen gyakran és milyen lendületesen idézi fel a *félelem, a bizonytalanság, a fenyegetés, a szorongás és a kudarc* negatív képzettársításait. A negyvenegy beszédet tartalmazó hatalmas mintában igékből, főnevekből, melléknevekből és határozószavakból álló gazdag, nagy mennyiségű, színes szókincs fejez ki a veszteséggel, a vereséggel, a magyarokat fenyegető gonosz bánásmóddal kapcsolatos különféle érzéseket, hangulatokat és fogalmakat.

Orbán, az orátor szenvedélyessé, ékesszólóvá és hevevé válik, amikor ezt az ijesztő, fekete univerzumot festi meg. Az Orbán által a korpuszban szavak listája negatív kifejezések tömegét tartalmaz (Magyar et al. 2018: 5). Orbán több mint húsz éven át tartott szónoklataiban vezető helyen, óriási mennyiségben használt veszélyeket, ijesztő problémákat, akadályokat, sőt összeomlást jelző kifejezéseket.

A félelemre, szorongásra, kudarcra, vereségre vonatkozó, Orbán által rendszeresen (legalább hatszor) használt szavakból álló csoport a következőket tartalmazza a negyvenegy beszéd feltérképezett korpuszában:

aggodalom, aggódik, akadály, akaszt, áldozat, áldozatvállalás, alkalmatlan, ármány, árt, baj, behálóz, behízsgő, beletörődés, beletörődik, beteg, bizonytalanság, börtön, bukás, bukdácsol, bűncselekmény, bűnözés, bűnöző, büntetés, büntetlen, bűntudat, cinizmus,

cipel, csal, csalódás, csalódik, csapás, cselvetés, csőd, diktál, diktátum, durva, durvaság, elbizonytalanít, elfojt, elhagy, elhal, elhatalmasodik, elítél, ellenérdekelt, ellenfél, ellenség, elnyel, elnyomás, elodáz, elsodor, elszened, eltéved, elúszó, elutasít, elvesz, elvesz, elveszít, elvesztés, embertelen, erőltet, erőszak, erőszakosság, érthetetlen, érzéketlenség, esélytelen, fájdalmas, fájdalom, fél, feled, félelem, felelőtlen, felemészt, fellázad, félrevezet, felszámol, fenyeget, fenyegető, feszültség, fojtogat, gátlástalan, gaz, gatszúl, gond, gyalázkodás, gyanakvás, gyarmat, gyáva, gyenge, gyengeség, gyengít, gyötrő, gyűlölet, hajbókol, hanyatlás, hátrál, hazudik, hazug, hazugság, hiány, hiba, hibbant, hitszegés, hűtlen, igazságtalan, igazságtalanság, indulat, inog, irigy, irigység, káosz, kapaszkodik, kár, kárhozat, kártékony, katasztrófa, kényszer, képtelen, keserűség, kétségbeesik, kikezd, kinkeserves, kioktat, kishitű, kishitűség, kiszámíthatatlanság, kiszolgáltatott, kitör, kockázat, konfliktus, korlát, körülfolyik, kudarc, kullog, kurtít, lavina, lehetetlen, lehúzó, lerombol, leszakad, letör, megaláz, megalázás, megbukik, megfojt, megjíed, megkurtít, megőröl, megpróbáltatás, megsarcol, megtörés, méltatlan, menekülés, mulasztás, nehéz, nélkülöz, nyomás, nyomaszt, nyomasztó, nyugtalanít, öl, omlik, önkény, önsajnálát, önvészélyes, önzés, ordas, összeomlás, összeomlik, összetöpörödés, összezsugorodás, ösztönvilág, pazarló, pór, rab, ránt, rátámad, rémálom, reménytelen, restauráció, reszket, riasztó, rom, rombol, romboló, romlik, rossz, sikertelen, siralmas, sodor, sodródik, spekuláns, sülyed, szegény, szegénység, szégyen, szégyenkezik, szélhámós, szembenállás, szenved, szeretetlenség, szétesik, széthull, szolgál, szolgamentalitás, szomorú, szorong, szorongás, tagad, támadás, teher, terméketlen, terror, téved, tilt, tolakodik, tolvaj, tönk, tönkretesz, tönkrevág, tragikus, túlél, túlélés, türelmetlenség, uszít, üt, vád, válság, váratlan, védelem, védtelen, vég, ver, vér, vereség, vergődik, veszély, veszít, veszt, vihar, viharos, visszaél, zavar, zsugorodik, zuhanás, zűrzavar (Magyar et al. 2018: 6).

A félelmet keltő kifejezések, a magyarokat sújtó és áldozattá tévő vereség, jogsértés és veszteség érzésének folytonos felidézésével Orbán fenyegető univerzumot teremt a megrettent, gyenge, szenvedő magyar nemzet (szónoklatai országos médiaközönsége) köré.

E kifejezésekből konkrétan a félelemre, a szorongásra és az összeomlásra utaló szavak kisebb mintáját is ki lehet választani.³ Még ez a szűkebb szócsoport is *az összes szó közel két százalékával* a második legnagyobb kategória a korpuszban (a „magyar nemzet” szócsoport után) (Magyar et al. 2018: 6).

Orbán Viktor *több mint 3000 alkalommal* használta ezeket a félelmet keltő, rettegetető szavakat vizsgált szónoklataiban. (A 41 szónoklata összesen 161 189 szót tartalmaz.) A félelmet és rettegetést keltő szavakat a statisztikai összesítés mellett egy-egy konkrét beszédből is ki lehet gyűjteni. Az egyetlen szónoklatban, a 2004-es évvértékelő beszédben szereplő, szorongást, félelmet, veszteségérzést kifejező szavak és kifejezések hosszú listáját lásd a Függelékben.

Hasonló retorikai stratégiákkal természetesen más a populista vezetők is próbálkoznak, s időnként sikerrel. De vajon miért bizonyul ez a retorika rendkívül hatásosnak Magyarországon? Orbán szónoki szándéka miért visszhangzik olyan mélyen és pontosan a magyarok tömegeiben?

3 Konkrétan a félelemre, a szorongásra és az összeomlásra utaló szavak kisebb mintája: „aggódik, akadály, áldozat, baj, beletrődik, bizonytalan, bukás, bűncselekmény, bűnözés, bűnöző, büntetés, büntetlen, cinizmus, csőd, csalódott, ellenfél, elhagy, elutasít, elveszít, erőszak, fájdalmas, fél, feled, felelőtlen, fellázad, felszámol, fenyeget, gyáva, gyenge, gyűlölet, hanyatlás, hazudik, hazug, hiány, hiba, igazságtalanság, kár, kényszer, képtelen, kétség, kikezd, kioktat, kishitű, kiszolgáltatott, kockázat, konfliktus, korlát, kudarc, kullog, küzd, lázadás, legyőz, lehetetlen, leszakad, letör, megbukik, megsarcol, megvéd, nehéz, nyomás, önkény, önsajnálát, összeomlás, rab, ránt, reménytelen, reszket, rombol, romlik, rossz, sikertelen, sodor, sodródik, sülyed, szegénység, szégyen, szenved, szétesik, szolgál, szorong, tagad, támad, teher, terror, téved, tönk, vad, válság, váratlan, védtelen, vég, ver, veszély, veszt, zavar” (Magyar et al. 2018: 6).

A válasz részben kulturális jellegű. Orbánnak sikerült megragadnia és retorikailag megszólítania sok magyar kollektív önképének mély, régi, de ma is élő és aktuális és történelmi mintáját: a szomorú, szenvedő, rémült, függő helyzetben lévő, elnyomott nemzet és személyes lét érzését.

A félelem, a szenvedés és a komorság, a gyász témái központi helyet foglalnak el a magyar nemzeti identitásban és kultúrában. Ezen önkép szerint Magyarország mindig is büntelen áldozata volt a mások általi lenézésnek, sérteéseknek és bántalmazásnak. Fontos példaként említhető, hogy maga a magyar nemzeti himnusz is a *szenvedést* mint a nemzet kulcsérzelmét fejezi ki (a romantikus stílusú szöveget 1823-ban írta Kölcsey Ferenc):

Isten, áldd meg a magyart
 Jó kedvvel, bőséggel,
 Nyújts feléje védő kart,
 Ha küzd *ellenséggel*;
Bal sors akit régen tép,
 Hozz rá víg esztendőt,
Megbűnhögte már e nép
 A multat s jövőndöt!

...

Szánd meg Isten a magyart
 Kit *vészek hányának*,
 Nyújts feléje védő kart
Tengerén kínjának.
 (Kiemelés tőlem: S. M.)

A Himnusz dallama ünnepélyes, szomorú és lassú, gyakran hasonlítják temetési zenéhez (Erkel Ferenc romantikus zeneszerző 1844-es alkotása). A Himnuszt minden gyerek megtanulja az iskolában. Eljátsszák minden nemzeti ünnepen, nyilvános és iskolai ünnepségen (a március 15-ei ünnepnapon is), szilveszterkor a televízióban, valamint a nemzetközi sporteseményeken, ahol magyar versenyzők is részt vesznek. A számtalanszor ünnepélyesen lejátszott nemzeti himnuszok a banális nacionalizmus (Billig 1985) központi oszlopai. A himnusszal való azonosulás minden országban nagy hatással van a nemzet önelfogásának megerősítésére, újratemtésére.

Magyarországon a Himnusz középpontjában a hosszan tartó *szenvedés és áldozattá válás*, és az abból való kiútért mondott ima áll.

Orbán történelmi beszédfolyama erre a Himnusz által is kifejezett negatív érzésvilágra épít, ezzel rezonál. Szónoklataival erősíti *a félelem, a bizonytalanság, az összeomlás érzetét – és ezzel a biztonság utáni vágyat*. A biztonság útja pedig *a nagy és erős vezetővel való azonosulás*.

Hasonló negatív, depresszív érzésvilágot a magyar populáris kultúra területén is találunk. Nézzünk egyetlen példát. A világon a legismertebb, legnépszerűbb magyar dal a veszteség, a szomorúság, a bánat, a bizonytalanság balladája, az öngyilkosságra utaló „Szomorú vasárnap”. Seress Rezső dalszerző és zongoraművész 1933-as szerzeményét legalább tizenhét nyelvre fordították le. Több mint száz nemzetközi művész rögzítette és adta elő, köztük Billie Holiday, Sarah Vaughan, Ray Charles, Etta Jones, Elvis Costello, Serge Gainsbourg, Marianne Faithfull és Sinéad O’Connor. Temetési hangulata miatt Björk 2010-ben egy barátja temetésén adta elő. A Himnuszhoz hasonlóan a „Szomorú vasárnap” is a lehangoltság, a szomorúság, a veszteség, az elveszettség és a vereség érzését árasztja (ezúttal a személyes szinten):

Szomorú vasárnap

*Szomorú vasárnap száz fehér virággal
 Vártalak kedvesem templomi imával
 Álmokat kergető vasárnap délelőtt
 Bánatom hintaja nélküléd visszajött*

Azóta szomorú mindig a vasárnap
Könny csak az italom kenyerem a bánat...

Szomorú vasárnap

Utolsó vasárnap kedvesem gyere el
Pap is lesz, koporsó, ravatal, gyászlepel
Akkor is virág vár, virág és koporsó
Virágos fák alatt utam az utolsó
Nyitva lesz szemem hogy még egyszer lássalak
Ne félj a szememtől holtan is áldalak...

Utolsó vasárnap

(Jávor László szövege, kiemelés tőlem: S. M.)

A dal eredeti szövege a „Vége a világnak” címet viselte, az első világháború okozta kétségbeesést idézve, imádkozva az emberek bűneiért. A ma ismert szöveget Jávor László költő írta, ebben a főszereplő öngyilkos akar lenni szeretője halála után.

Ez a valaha volt legnépszerűbb magyar dal, amelyet széles körben „a magyar öngyilkos dalnak” neveznek. Az 1930-as évektől napjainkig visszatérő városi legendák azt sugallják, hogy sokan öngyilkosságot követtek el, amikor ezt a dalt hallgatták, és a dal motiválhatta az embereket arra, hogy megöljék magukat. Mindenesetre tény, hogy a zeneszerző, Seress ezt tette. „Fölöttünk a Seress minden nap kettőkor menetrendszerűen elkezdte hallgatni a Szomorú vasárnap felvételeit” – így emlékszik vissza az alatta lakó, szintén kiváló zenész Presser Gábor.⁴ 1968-ban Seress kivetette magát a lakása erkélyéről. Bár túlélte az esést, és eszméletlenül szállították kórházba, később egy sebészeti dróttal megfojtotta magát a kórházban. A „Szomorú vasárnap” ennek ellenére, vagy talán éppen ezért – elkésztető szövegei és hazai kontextusa miatt –, továbbra is népszerű a kortárs magyar populáris kultúrában, nemegyszer új előadásban.

Orbán Viktor szónoklatai, egész beszédkorpusza arra a tragikus önképet mutató kultúrára reflektál, amelyet Magyarország legismertebb nemzeti és populáris dalai kifejeznek. A szenvedés, a veszteség, a szorongás érzelmeit erősíti, és a biztonság utáni vágyra épít.

De nemcsak az elit- és a populáris kultúrában szembetűnő a félelem, a tragédia és a kilátástalanság nagyarányú jelenléte, hanem a tragikus eseményeket hangsúlyozó, negatív magyar történelemszemléletben is. (Ennek kifejeződése a Himnusz tragikus szövegvilága is.)

Ezt a tragikus történelemszemléletet jól jellemzik egy 2020-as reprezentatív kutatás adatai.⁵ A magyar társadalom túlnyomó többsége, 81 százaléka szerint a magyar történelem a *tragikus* jelzővel jellemezhető: a válaszadók 44 százaléka szerint „inkább tragikus”, 37 százaléka szerint pedig „teljesen tragikus” (Trianon 100 MTA-Lendület Kutatócsoport 2020: 3). Hasonló eredményeket mutatnak a hungaroposzimizmust különböző fogalmakkal és módszertannal mérő nemzetközi és hazai optimizmus-, boldogság- és elégedettségkutatások. (Bár a negatív közvélemény miatt ezeket alighanem találóbb volna pesszimizmus-, boldogtalanság-, és elégedetlenségkutatásoknak nevezni.⁶)

4 Vö.: Hallani sem bírta az „öngyilkosdalt” Presser. *24.hu*, 2013. XI. 19., <https://24.hu/szorakozas/2013/11/19/halani-sem-birta-az-ongyilkosdalt-presser/>. Személyes megjegyzés: magam is laktam később Seress épületében, Budapest belvárosában, a Dob u. 46/B-ben. Seress a harmadik emeleten lakott, Presser a második emeleten; nekünk az ötödiken volt a lakásunk. Az épület lépcsőházában ma fotókiállítás látható Seress, Presser és a szintén a házban élt Beamter (Bubi) Jenő jazz-zenész emlékére. Vö.: N. Kósa Judit (2020): Szomorú szombat. *Népszava*, 2020. XI. 1., https://nepszava.hu/3097456_n-kosa-judit-szomoru-szombat.

5 A kérdés pontosan így hangzott: „Ön szerint mennyire jellemzőek a magyar történelemre a következő jelzők?” Az eredmények a „tragikus” jelzőnél: egyáltalán nem = 3 %, inkább nem = 14 %, inkább igen = 44 %, teljesen = 37 %, nem válaszol/nem tudja = 1 % (Trianon 100 MTA-Lendület Kutatócsoport 2020: 3).

6 A negativizmus szemlélete olyan magas szintet ért el, hogy önironikus nyelvi visszhangot váltott ki. Erre példa a vezető éves nemzetközi filmfesztivál, a Titanic neve, ami huszonhat évig, 1993 és 2019 között, megszakítás nélkül működött Budapesten.

5. A nép ellenségei

Orbán retorikájában a félelemkeltés legfőbb alanyai közé tartoznak a „migránsok”. A kifejezés Orbán beszédei-
nek egyik kulcsfogalma lett, mindig negatív konnotációt (többjelentést) hordoz, s szinte mindig általánosító
többes számban. A „migráns” szót csak szórványosan használták a magyar nyelvben (például a tudományos
tanulmányokban), amíg Orbán hirtelen 2015-ben bevezette tömeges politikai használatát (Magyar et al. 2018: 16).
2015 előtt más leíró jellegű, semlegesebb kifejezések, a „bevándorló” és a „menekült” jól ismertek voltak, és
sokféle kontextusban, változó értékítélettel használták őket.

2015-től Orbán a „migránsok” mellett egy másik egyértelműen negatív, fenyegető kifejezést is használt szó-
noklataiban: „megélhetési bevándorlók”. Ez a kifejezés egyértelműen a bűnözésre utal. A magyar jobboldali és
bulvársajtó-nyelven a „megélhetési bűnözők” olyan szegény embereket jelentenek, akik állítólag azért követnek el
bűncselekményeket, hogy biztosítsák az alapvető gazdasági szükségleteket. A szélsőjobboldali szóhasználatban a
„megélhetési bűnözők” kifejezést gyakran használták a romákra, akiket sztereotip módon bűnözőként ábrázol-
nak. Így amikor Orbán „megélhetési bevándorlónak” nevezi beszédeiben a Magyarországon állítólag letelepedni
akaró „migránsokat”, akkor a *bűnözés kereteit* idézi fel. A „megélhetési bevándorlók” és a „menekültek” egyaránt
a „migránsok” nagyobb csoportjába tartoznak. Retorikai szempontból ennek a *szinekdochénak* (jeletésátvitelen
alapuló szóképnak) az a funkciója, hogy a negativitás ernyőjét minden érintett csoportra kiterjessze.

Egy másik, Orbán által gyakran használt rokon fogalom a „népvándorlás”. Ezt a történelmi kifejezést korábban
kizárólag tudományos kontextusban használták a nagy indoeurópai népvándorlásokkal vagy a Római Birodalom
barbár inváziójával kapcsolatban. A jelenlegi menekülthelyzetre mint barbár „népvándorlásra” hivatkozva Orbán
a mai európai államokat a Római Birodalom összeomlásával társítja. Ezzel azt sejteti, hogy a mai államokat is
összeomlással fenyegeti a folyamatban lévő nagy migráció, és ezért drákói migrációellenes politika bevezetése
szükséges a Római Birodalom bukása által előrevetített összeomlás elkerülésére.

A „migránsok” negatív jelentéstartománya nem csak a „megélhetési bűnözés” és a római-európai birodalmi
összeomlás képzettársításából fakad. A „migránsok” fogalma közvetlenül is a magyarok biztonsága elleni fe-
nyegetésekhez, a biztonság elvesztéséhez kapcsolódik olyan kifejezések révén, mint „minden terrorista migráns”.
A „migránsok” említése az „erőszak eszkalációjától” való félelemre való hivatkozással is társul. A „migránsokat”
így nemcsak alávaló bűnözőkként láttatja Orbán, akiknek utálatos jelenléte az európai országok gazdaságának
és társadalmi kohéziójának tönkretételével fenyeget, hanem a migránsok emellett mindannyiunkat az erőszak
lehetséges *áldozataivá* tesznek. Mindeközben a valóságban Magyarországon az 1990-es évek óta nem történt
szervezett (akár nemzetközi hálózatokhoz köthető) terrorista bűncselekmény. (Hacsak a romagyilkosságok
sorozatát nem tartjuk terrorizmusnak.)

A félelemkeltéssel ható ellenségképzés hasonló retorikai képzettársítások, *pozitív mi vs. negatív ők* ellentétpárok
kialakításán keresztül zajlik Orbán szónoklataiban más ellenségek – Soros, „Brüsszel”, a romák, a melegek, az
ellenzék stb. – esetében is. Az ellenség fenyegetése és a tőle való szorongás mindent átható, intenzív légköre
általános értelemben, számos dimenzió mentén teremti meg a drákói politikák iránti igényt. Ezzel a populista
retorika az autoriter, diktatorikus politikai változás irányába vezet.

6. Következtetések: biztonságiasítás és resziment az állampopulizmusban

Arthur Koestler (Köszler Artur) a neves magyar-brit író és gondolkodó, a *Sötétség délben* című politikai regény
és sok más mű világhírű szerzője így fogalmaz:

A magyarok az egyetlen nép Európában faji vagy nyelvrokonok nélkül Európában, ezért
ők a legmagányosabbak ezen a kontinensen. Talán ... ez magyarázza létezésük különös
intenzitását ... A reménytelen magány táplálja kreativitásukat és teljesítmény iránti vá-
gyukat... *Magyarnak lenni kollektív neurózis* (Koestler 1952: 297; fordítás és kiemelés
tőlem: S. M.).

E kollektív neurózis tudatosítása segíthet megérteni az orbáni populista retorika sikerét, és immár történelmi győzelmének okait. Számos társadalmi, politikai és kulturális tényező magyarázza ezt a győzelmet, s a nyomában következő tekintélyelvű, diktatorikus áttörést, amely máig páratlan az Európai Unió országa között. Ez a tanulmány két tényezőre összpontosít: Orbán beszédeinek belső mintázatára és a befogadó kulturális közeg sajátosságaira.

Egyfelől Orbán szónoklataiban tömegesen és módszeresen, hatalmas szókinccsel festi fel a magyar nemzeti identitásban és történelemszemléletben meglévő félelem és rettegés (Köszler szavával: neurózis) témáit. Folytathatnánk a félelem tárgyainak részletezését, az áldozattá vált magyar emberek sérelmét és sérülését okozó további állítólagos fenyegetések elkövetőit, például az EU-t, Soros Györgyöt, LMBTQ személyeket és másokat. A másság- és ellenségteremtés retorikája ismert, és nem csak az orbáni populizmusra jellemző (az amerikai szélsőjobboldal sorozásáról lásd például Szombati & Szilágyi 2020).

A félelem és a megaláztatás állandó érzékeltése, tömeges ismétlése (amit milliószorosan erősít fel az Orbán-rendszer propagandaállama) bosszúvágyat szül. A (vélt vagy valós) megaláztatás, gyűlölet és bosszúvágy együttese adja a *ressentiment* egyéni és társadalmi érzését. A *ressentiment* olyan ellenségesség, „gyakran bosszúvágygal együttjáró gyűlölet, amelyet az ember a múltban elszenvedett károk, sérelmek miatt érez”.⁷ „A *ressentiment* annál radikálisabb, minél inkább személyekben tudja indulatát megfogalmazni” (Szabó 1981: 262). Így válnak a múltbeli (volt vagy valós) régi sérelmekre emlékező áldozatok ma mentális, verbális és politikai agresszorokká.

Orbán szónoklataival a magyar történelmi tudatban mélyen gyökerező *áldozatiságot és sérelmi kultúrát aktív gyűlöletbe fordítja* át a félelem, a rettegés és a bosszúvágy módszeres felerősítésével és az ellenségek megnevezésével. Populista retorikája ugyanakkor *felébreszti* a félelmetes, veszélyes világtól megmentő, *autoriter vezető iránti vágyat* és a drákói rendszabályokkal működő, diktatorikus állam igényét.

A magyarázó tényezők között a második és ugyanilyen fontos az a mély és erős visszhang, amelyre ez a populista retorika a magyar társadalomban talált. Sok magyarban erőteljes az áldozatiság érzése. Magyarországon tömeges a magány, az elhagyatottság, a leigázottság, a kiszámíthatatlan körülmények kényszerítő erejének érzése – és az ismeretlentől való félelem. Ebben közrejátszhatott a nyelvi elszigeteltség, a szomszédos országoktól való nyelvi elkülönülés is. (Bár talán kevésbé, mint ahogy azt Köszler sugallja. A finn vagy az észti népet is elválasztotta a többiektől finnugor nyelvük, mégsem alakult ki bennük a magyarokhoz hasonló áldozati tudat.)

Magyarország történelmének több évszázados forradalmi és háborús vereségsorozata s az erre való társadalmi emlékezés hozzájárult az áldozattá válás mint a nemzeti identitás döntő elemének kialakításához. A tatárok, a törökök, a Habsburgok, az oroszok, az antant-hatalmak, a szovjetek megszállása. Jelképes címszavakban: Mohács, Arad, Doberdo, Trianon, a Don-kanyar, a Holokauszt és más történelmi traumák. Ezzel párhuzamosan alakult ki a sérelmi politika nacionalista kultúrája. A magyar nemzettudat sajátosságai magyarázzák Orbán szónoklatainak politikai piacát, a fogadóképiséget a társadalom széles rétegeiben.

Orbán 1989-es történelmi beszédével olyan kulcsot kovácsolt, amely tökéletesen illik e különleges magyar zárba. Populista rettegéskeltése és ellenségképzése mélyen rezonál a *ressentiment* magyar hagyományával. Ez a tanulmány azt próbálta megmutatni, hogy a biztonságiasítás koncepciója – a stratégiaileg kialakított, rendszeres beszédaktusok sora, amely diszkurzív módon egzisztenciális fenyegetést hoz létre – nagyon jól magyarázza Orbán retorikáját. Jó példa ez arra, hogy a politikatudomány és a diszkurzív irányultságú tudományágak, a retorika- és a beszédaktus-elmélet miként gazdagíthatják egymást.

Természetesen a retorika nem légüres térben működő varázspálca. Orbán biztonságiasító retorikája, s ahogyan rögeszmésen ismételteti Magyarország áldozat voltát bizonyos történelmi, társadalmi és kulturális kontextusokban hatékonyabban működik, mint másokban. John Langshaw Austin, a beszédaktus-elmélet megalkotója (1962) szerint a retorikai gyakorlatban nemcsak a beszédben elhangzottak „illokúciós ereje” (a megnyilvánulás szándéka a beszélő szemszögéből) az érdekes, hanem a „perlokúciós” ereje is. Vagyis az a töltet, amelyet közönségétől kap; a konkrét érzelmi és politikai hatás, amelyet kivált hallgatóiban. Ez pedig a tágabb kontextustól függ.

7 A francia elektronikus szótár (Trésor de la langue française informatisé) meghatározása (Bajomi Iván fordítása), <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=3442646625>.

Orbán beszédeinek retorikai hatásmechanizmusa és a történelmi kulturális kontextus természetesen csak más tényezőkkel együtt magyarázza Magyarország 2010 utáni tekintélyelvű fordulatát. A mélyebb, strukturális okok közé tartozik az ország hosszútávú (*longue durée*) történelmi útfejlődése, felemás közép- és kelet-európai társadalomfejlődési modellje (Szűcs 1983).

Rövidebb távon a populizmus 2008 utáni globális felemelkedését a globalizációs és neoliberais feszültségekkel összefüggő széleskörű társadalmi elbizonytalanodás és félelem, a növekvő osztályegyenlőtlenségek és az erre ellentmondásosan válaszoló pártpolitikai trendek magyarázzák (Brubaker 2017, Scheiring 2020). Ezek elsősorban Orbán 2010-es hatalomátvételének megértéséhez járulhatnak hozzá. 2010 óta pedig a maffiaszerűen működő államszervezet (Magyar 2015) és az erősen centralizált és cenzúrázott propagandarendszer (Polyák 2019) segíti a demokrácia intézményrendszerének folyamatos felszámolását és az autoriter rendszer bebetonozását.

Magyarország az első olyan EU-tagország, ahol a populizmus *de facto* állami ideológiaként működik, és a demokratikus fékek és ellensúlyok rendszerét lényegében felszámolták. Magyarországon a szélsőjobb oldali állam-populizmus vált az Orbán Viktor tekintélyelvű rezsimjét legitimáló kulcsfontosságú, félhivatalos diskurzussá.

Ebben az értelemben Magyarországot az érett populista propagandaállam sikeres laboratóriumának tekinthetjük. Az EU-ban eddig egyedülálló laboratóriumnak, amelyből mindannyian sokat tanulhatunk.

Függelék

Szorongást, félelmet, veszteséget kifejező szavak és kifejezések Orbán Viktor 2004-es évértékelő szónoklatában, az említés sorrendjében:

összehúzza magát, összezsugorodás, összetöpörödés, utolsóként lépünk ki onnan, a bőrkön érezzük, hogy kedvező folyamatok törtek meg, nőtt az infláció, gyárakat zárnak be, nő az eladósodás, visszaéltek, kétségbeesetten kereste a kiutat, kapott fűhöz-fához, segítségért kiáltozott, ármány, cselvetés, kétségbeesik, félelem fogja el, oda a biztonságunk, biztonság elvesztése, gyötrőbb rémálom, hirtelen nem is tudjuk, hol vagyunk, eltévedtünk, szoronganak, félnek, eltévedt, nem tudják, lesz-e munkahelyük jövő ilyenkor, nem tudják, lesz-e valaha is saját otthonuk, nem tudják, lesz-e módjuk taníttatni a gyermekeiket, nem tudják, miből fogják feladni a konyhaasztalon halmozódó sárga színű csekket, nem tudják, lesz-e megfizethető árú kenyér, tej, hús, nem tudják, megmenthető-e a csódtól a kórházak, mit érezhet ma bárki, aki a holnapra gondol, és semmi mást nem kap biztatásként, csak üresen csengő kincstári ígéreteket, általánosságokat, közhelyeket, semmibe futó, hangzatos Európa-terveket, félni, megijedni, félni, félni, félelem, szorongás, félünk, ma Magyarországon bizonytalanság és szorongás uralkodik, félelem, a lövészárokban őrködő katonának kocog a foga a félelemtől, gyáva, félnelek, félelmet, gondná zsugorodik, nyomasztó, a félelem gerjesztette indulatokkal egymásnak rontanánk, félnek, szoronganak, fél, félelmek, elbizonytalanított, megrémisztett, veszélyben érezték, bennük szorongás támad, feszültséget kelt, félelmek, szenvedtek, nélkülöztek, megaláztattak, keserűség, fájdalom, büntudat, türelmetlenséggel, érzéketlenséggel, önzéssel, szeretetlenséggel, éles durvaságokkal, félnek, szorongást, kényszer, megfoghatatlan, testetlen, általános veszélyektől félnie, veszélyek, gondok, bajok, melyektől magam is félttem a családomat, biztonságunkat és az ország jövőjét, veszélyek, meg is érkeztünk a jövőhöz kötődő aggodalmak és szorongások világába, lelki bajjal, kudarcra ítélt hibával, kártékony hajlamok, elhatalmasodnak rajtunk, árnyat vethet a jövőnkre, képtelenné vált arra, veszítettük el, elvesztett területek, mások kényük-kedvük szerint határozzanak sorsunkról, elszenvedjük ezeket a döntéseket, az önbizalmat és cselekvő erőt felemészítő gondolattól, önfelmentést eredményező, önsajnálta, kárhoztatásába, menekülés, menekülés, gondjai, rossz gazdasági vezetés, siralmas, velejéig rossz gazdasági

vezetést, gyenge vezetést, önvészélyes hajlamunk, önsajnálattal, jelen gondjai, a ködbevesző tervek világa, az Európa-terv világa, a jelen gondjainak, a jelen gondjai ugyanis immár nagyobbra nőttek a jövő lehetőségeinél, a jövő gyökerei elhalnak a jelenben, elvész a biztonság, inog alattunk a jelen talaja, vajon lehet-e a jövőben bízni, ha a jelenben sem tudunk, nem tudhatják, megélik-e családi gazdaságaik az uniós belépés pillanatát, a szükséges hiteleket, támogatásokat szinte hétről hétre kurtítják meg, emberileg vállalhatatlan módon az ország vezetői, sohasem tudhatják, melyik pillanatban dönt úgy munkahelyük tulajdonosa, hogy lehúzza a rolót és szélnek ereszti az alkalmazottait, mégis félniük kell, hogy a következő hónapban is futja-e még fűtésre vagy gyógyszerre a nyugdíjukból, tudják, hogy az uniós versenyben még nehezebb lesz helytállniuk, de ehhez nem számíthatnak semmilyen segítségre, becsülettel dolgoznak ugyan, de a fizetésük arra sem elég, hogy olykor egy hétvégén elvigyék a családjukat egy vendéglőbe, süllyedő hajóról hiába bámulunk a végtelenben felsejlő szárazföld felé, szükségszerűen embertelen, pazarló és végső soron terméketlen, embertelen gyakorlaton, összeszorítják az embereket, a gyenge forint miatt dráguló élet egyre rosszabb helyzetbe hoz, az egyre nehezebb terheket cipelő diákok, bizonytalanság, zűrzavar, kiszámíthatatlanság, szorongás, félelem, félelem, bizonytalanság (Magyari et al. 2018: 35–37).

Irodalom

- Austin, John Langshaw (1962): *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.
- Bajomi-Lázár Péter (2022): Karaktergyilkosság vagy médiabotrány: mi a különbség? *Médiakutató*, 13. évf. 2. sz. 7–13 o.
- Bibó István (1946/2011): *A kelet-európai kisállamok nyomorúsága*. Budapest: Argumentum Kiadó.
- Billig, Michael (1985): *Banal Nationalism*. Sage Publications.
- Bozóki, András & Dániel Hegedűs (2018): An Externally Constrained Hybrid Regime: Hungary in the European Union. *Democratization*, vol. 25, no. 7, pp. 1173–1189, <https://doi.org/10.1080/13510347.2018.1455664>.
- Brubaker, Rogers (2017): Why Populism? *Theory and Society*, vol. 46, pp. 357–385, <https://doi.org/10.1007/s11186-017-9301-7>.
- Dayan, Daniel & Elihu Katz (1992): *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Freedom House (2022): Hungary, <https://freedomhouse.org/country/hungary/freedom-world/2022>.
- Kenez, Peter (1985): *The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization, 1917–1929*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Kiss Balázs (2022): *Kettős ressentiment – A kultúrharc Magyarországon 2018–2020*. Budapest: Társadalomtudományi Kutatóközpont, Politikatudományi Intézet.
- Koestler, Arthur (1952/1998): *Nyílvevessző a végtelenbe*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Magyar Bálint (2015): *A magyar maffiaállam anatómiája*. Budapest: Noran Libro.
- Magyar Hajnalka, Gulyás István, Kovács János & Világosi Emma (2018): *Van egy magyar Magyarország*. 2018 június 16., https://ia803100.us.archive.org/35/items/161189wA1_80616_201807/161189w_a_180616.pdf.
- Magyari Péter (2018): Tudományosan bizonyították, hogy Orbán Viktor egyre inkább paráztat. *444*, 2018. VII. 4., <https://444.hu/2018/07/04/tudomanyo-san-bizonyitottak-hogy-orban-viktor-egyre-inkabb-paraztat>.
- Mudde, Cas (2004): The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, vol. 39, no. 4, pp. 541–563, <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>.
- Müller, Jan-Werner (2016/2018): *Mi a populizmus?* Budapest: Libri.

- Orbán Viktor (1989): *Beszéd Nagy Imre és mártírtársai újratemetésén*. 1989. június 16.
- Polyák, Gábor (2019): Media in Hungary: Three Pillars of an Illiberal Democracy. In: Eva Połonska & Charlie Beckett (eds.): *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*, pp. 279–303. New York: Palgrave Macmillan, https://doi.org/10.1007/978-3-030-02710-0_13.
- Scheiring, Gábor (2020): *The Retreat of Liberal Democracy: Authoritarian Capitalism and the Accumulative State in Hungary*. New York: Palgrave.
- Senn, Martin (2017): The Art of Constructing (In)Security: Probing Rhetorical Strategies of Securitisation. *Journal of International Relations and Development*, vol. 20, no. 3, pp. 605–630, <https://doi.org/10.1057/jird.2016.7>.
- Sükösd, Miklós (2014): ‘East of West’: Media in Central and Eastern Europe, Eurasia, and China: multiple post-communisms and shifting geopolitical realities. In: Michael Głowacki, Epp Lauk & Auksė Balčytienė (eds.): *Journalism that Matters: Views from Central and Eastern Europe*, pp. 21–34. Bern: Peter Lang.
- Sükösd Miklós (2021): A céltáblák visszalőnek. Propagandaállam és karaktergyilkosság. *Élet és Irodalom*, 65. évf. 13. sz., 2021. IV. 1., <https://www.es.hu/cikk/2021-04-01/sukosd-miklos/a-celtablak-visszalonek.html>.
- Sükösd, Miklós (2022): Victorious Victimization: Orbán the Orator–Deep Securitization and State Populism in Hungary’s Propaganda State. In: Christian Kock & Lisa Villadsen (eds.): *Populist Rhetorics*, pp. 165–85. London: Palgrave Macmillan.
- Szabó Krisztián & Szopkó Zita (2022): Így csúszott bele Magyarország a hibrid rezsim csoportjába a Freedom House Demokrácia Indexe szerint. *Átlátszó*, 2022. IV. 28., <https://atlatzo.hu/adat/2022/04/28/igy-csuzott-bele-magyarorszag-a-hibrid-rezsim-csoportjaba-a-freedom-house-demokracia-indexe-szerint/>.
- Szabó Miklós (1981): Nemzetkarakter és reszsentiment. Gondolatok a politikai antiszemitizmus funkciójáról. *Világosság*, 22. évf. 6. sz. 358–362. o.
- Szilágyi Anna (2012): A választásos önkényuralom kiépítése Magyarországon. *2000*, 5. sz., <http://ketezer.hu/2012/05/szilagy-anna-a-valasztasos-onkenyuralom-kiepitese-magyarorszag/>.
- Szilágyi, Anna & András Bozóki (2015): Playing It Again in Post-Communism: The Revolutionary Rhetoric of Viktor Orbán in Hungary. *Advances in the History of Rhetoric*, vol. 18, Sup. 1, pp. S153–S166, <https://doi.org/10.1080/15362426.2015.1010872>.
- Szombati, Kristóf & Anna Szilágyi (2020): Enemy in the Making. The Language of “Anti-Sorosism” in the U.S. and Hungary. *Political Research Associates*, 9 July 2020, <https://www.politicalresearch.org/2020/07/09/enemy-making>.
- Szűcs Jenő (1983): *Vázlat Európa három történeti régiójáról*. Budapest: Magvető.
- Táncsics Mihály (1844/2003): *Sajtószabadságról nézetei egy rabnak*. Szigethy Gábor, szerk. Budapest: Neumann Kht., <https://mek.oszk.hu/06100/06110/html/>.
- Trianon 100 MTA-Lendület Kutatócsoport (2020): Trianon a hazai közvélemény szemében, http://trianon100.hu/attachment/0003/2255_trianon_lakossagi_survey_elemzes_final_honlapra.pdf.
- Wæver, Ole (1998): Security, Insecurity and Asecurity in the West-European Non-War Community. In: Emmanuel Adler & Michael Barnett (eds.): *Security Communities*, pp. 69–118. Cambridge: Cambridge University Press.

Sükösd Miklós szociológus, a Koppenhágai Egyetem Modern Európai Tanulmányok Központja igazgatóhelyettese és a Kommunikáció Tanszék docense. Kutatási területe a posztkommunista média (Közép- és Kelet-Európában, Oroszországban és Kínában); sajtó-, média- és cenzúratörténet. Legutóbbi könyvei: *Vírusnapló. Válogatás 2020–21* (szerk., 2022), *Media Pluralism and Diversity: Concepts, Risks and Global Trends* (társszerk., Peggie Valcke-vel és Robert Picard-dal, 2015). Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „A cenzúra: gondolatgyilkosság. Táncsics Mihály a sajtószabadságról és a társadalmi nyilvánosságról” (2021. nyár). Email: kjm518@hum.ku.dk

Tófalvy Tamás

Újságírók online zaklatása Magyarországon

Formák, megküzdési mechanizmusok és a sajtószabadsággal való összefüggések¹

Az International Press Institute (IPI) On the Line projektje magyarországi szakaszának 2017-es zárójelentése bemutatja a magyar online újságírók internetes zaklatásának feltárását, vizsgálatát és elemzését célzó három hónapos kutatás eredményeit. A projekt célja az volt, hogy felmérje, milyen típusú zaklatásnak vannak az újságírók kitéve, jellemzően kik zaklatnak kiket, és az újságírók miként reagálnak az online verbális agresszióra. A jelentés nyolc alapvető internetes agresszióformát különít el: a retorikai agressziót, a trollkodást, a bullyingot, a fenyegetést, a nyilvános megszégyenítést, a kibertámadást vagy hekkelést, a magánszféra megsértését és a rosszindulatú közösségimédia-tevékenységeket. Mindezek közül a leggyakoribb, napi szinten tapasztalt zaklatásforma a retorikai agresszió és a bullying, privát és nyilvános csatornákon egyaránt. A jelentés három olyan fő bizonytalansági tényezőt határoz meg, amely az újságírók rendszeres internetes zaklatásából eredően veszélyt jelenthet a magyarországi újságírás és a nyilvánosság demokratikus működésére nézve: az enyhe dermesztő hatást, az érzéketlenítő hatást, valamint az eleve hátrányos helyzetű társadalmi csoportok ellen irányuló agressziót – az utóbbi a leginkább a női újságírók ellen elkövetett erőszakot jelenti.

Kulcsszavak: IPI jelentés, Magyarország, online zaklatás, újságírók

Online Harassment of Journalists in Hungary

Forms, Coping Mechanisms and Consequences for Press Freedom

This report, prepared for the International Press Institute (IPI) in 2017, presents the findings of a study focused on mapping, observing and analysing the online harassment of journalists in Hungary. It is aimed at identifying the types of harassment journalists are subject to, and at mapping which journalists are typically harassed, who the harassers are, and how journalists cope with harassment. The report identified eight basic types of harassment present in Hungary, including rhetorical aggression, trolling, bullying, threats, public shaming, violations of personal privacy, cyber attacks and site hacking, and malicious social media activity. It found that the most common types of online harassment were trolling and rhetorical aggression, experienced by Hungarian online journalists on a daily basis on both public and private channels. Based on the analysis of data, this report defines three main challenges for Hungarian online journalism with regard to the ubiquitous nature of online harassment: a soft chilling effect, a 'desensitisation effect,' and the significant volume and intensity of harassment targeted at traditionally oppressed social groups, against women in particular.

Key words: Hungary, IPI report, journalists, online harassment

¹ A jelen szöveg az International Press Institute (IPI) számára az On the Line projekt keretében készült, eredetileg 2017-ben publikált angol nyelvű jelentés helyenként rövidített és szerkesztett, de tartalmi frissítéseket, új, hozzáadott információkat vagy kiegészítéseket nem tartalmazó magyar fordítása. A jelentés tartalma az akkori médiaviszonyokra épül és azokat tükrözi. Az eredeti írás itt olvasható: Tófalvy, Tamás (2017): Online Harassment of Journalists in Hungary. Forms, Coping Mechanisms and Consequences for Press Freedom. Report for the International Press Institute (IPI), p. 26, https://ipi.media/wp-content/uploads/2017/03/006_Hungary_Report_Ontheline_2017.pdf.

1. Bevezetés

E kutatás célja az, hogy megfigyelje, feltérképezze és elemezze a magyarországi újságírók online zaklatását, meghatározza a zaklatás legfontosabb fajtáit, a jellemzően zaklatottak csoportjait és maguknak a zaklatóknak a körét, valamint a zaklatott újságírók megküzdési stratégiáit. A fő adatgyűjtési módszereket interjúk (8), mélyinterjúk (3) és fókuszcsoportos beszélgetések (3, összesen 9 fő részvételével) jelentették. Az adatfelvétel 2016. augusztus 30-a és december 6-a között zajlott le, és összesen 20 újságíró (14 férfi és 6 nő) alkotta a mintát. A vizsgált minta online újságírókból állt össze, tekintve, hogy ezek az újságírók azok, akik a legtöbbet érintkeznek a közönségükkel online, valamint az ő esetükben a szakmai tevékenység tere átfedésben van a(z esetleges) zaklatás terével.

A fókuszcsoportok mellett mélyinterjúk készültek olyan újságírói csoportok tagjaival, amelyek különösen kitettek az online zaklatásnak. Ilyen, gyakran átfedő csoportokat alkotnak a nők, mivel a női újságírók gyakrabban céltáblái a zaklatásnak az erősen férfi-domináns online kommentelői közegben; továbbá azok az újságírók, akik nagy közönség számára láthatóak, mert nagyon olvasott felületeken írnak széles rétegeket érdeklő témákról, vagy mert közélettel foglalkoznak (akár a jobb- akár a baloldalon); ilyenek emellett a kiemelkedően interaktív újságírók, akik könnyen megközelíthetőek és/vagy készek párbeszédbe bocsátkozni az olvasókkal; végül a videós újságírók, akik jobban láthatóak és személyesebben jelennek meg az olvasók számára.

A mintában szereplők válogatásának fő szempontja az volt, hogy a minta minél pontosabban tükrözze a magyarországi online média piaci és ideológiai viszonyait, összetételét. Összesen kilenc médiatermék újságírói vettek részt a kutatásban: az Index és az Origo, a két legnagyobb, piacvezető oldal, a 444 és az Átlátszó oknyomozó portál, a NOL, a bezárt Népszabadság online felülete, a Válasz, a Mandiner és a MNO oldalak, valamint a Reset nevű, kicsi, független site. A kutatás során megkerestük a 888 egyik szerkesztőjét is, de nem kívánt részt venni a felmérésben.

2. Zaklatási formák: a retorikai agressziótól a kibertámadásig

Az összegyűjtött adatok alapján az alábbi nyolc különböző online zaklatási forma jelenlétét lehetett megállapítani: retorikai agresszió, trollkodás, bullying, fenyegetés, nyilvános megszégyenítés, a személyes privát szféra megsértése, kibertámadás és hekkelés, valamint a rosszindulatú közösségimédia-aktivitás. Az egyik interjúalany, Bátorfy Attila (az Átlátszó munkatársa) szerint az online zaklatás egyik leggyakoribb formája az általa retorikai agresszióknak nevezett gyakorlat. Ez a kifejezés egy olyan zaklatási formát takar, amelyben a zaklató, ha nem is feltétlenül támadóan, és nem is kifejezetten az újságírót célozva, de folyamatos hozzászólásaival, tiltakozásaival, érvelésével elárasztja a kommunikációs felületeket, ezzel tulajdonképpen ellehetetleníti a termékeny párbeszédet. Ezt a tevékenységet (főleg anonim) egyéni kommentelők, felhasználók is folytathatják, de az interjúalanyok szerint ez az egyik legfőbb módszere a szervezett kommentelői/troll csoportoknak Magyarországon. A megkérdezett újságírók túlnyomó része találkozott retorikai agresszióval.

A trollkodás szintén elterjedt módja a zaklatásnak. Mind a húsz, a kutatásban részt vevő újságíró elszenvedett trollkodást nyilvános csatornákon, és 85 százalékuk (17 fő) privát csatornákon is. Jelen kutatás a trollkodást úgy definiálja, mint explicit módon agresszív és támadó verbális viselkedést, amelynek célja a párbeszéd blokkolása vagy tönkretétele. Nem szükségszerűen támadja az újságíró személyét, inkább általánosabb értelemben az újságírói szerepet, pozíciót, vagy éppen más olvasókat. Tipikus példája lehet ennek a támadó hangvétel („ti újságírók mind hazudtok”) vagy éppen a trágár, sértő nyelvezet.

Amennyiben az ilyen jellegű megszólalások specifikusan az újságírók – vagy más olvasók – ellen irányulnak azzal a céllal, hogy megszégyenítsék, megalázzák vagy más módokon támadják őket, az a bullying kategóriájába esik („te hülye kurva”, „hogya lehetsz ilyen idióta”). Akárcsak a trollkodást, a bullyingot is gyakran tapasztalják a magyar újságírók. A meginterjúváltak 85 százaléka számolt be nyilvános csatornákon, 75 százalékuk pedig személyes csatornákon átélte bullyingról.

A válaszadók 40 százaléka számolt be ennél is súlyosabb verbális abúzusokról, amelyeket fenyegetésként osztályoz a jelentés. Ezek közé tartoznak például a halálos fenyegetések is. A fenyegetések abban súlyosabbak

a bullyingnál, hogy nem pusztán az adott újságíró ellen irányulnak, hanem konkrét fizikai vagy egyéb bántalmazást helyeznek kilátásba, azzal fenyegetnek (például: „tudom, hol laksz, eltöröm a gerinced”).

További, ritkábban előforduló online zaklatási formák között említhető a nyilvános megszégyenítés, például a személyes vagy kvázi-személyes információk nyilvánosságra hozatala – ártó szándékkal – olyan platformokon, ahol azok nemcsak potenciálisan, hanem ténylegesen is hozzáférhetőek nagyobb nyilvánosság számára. A megkérdezettek egynegyede volt áldozata ilyen nyilvános megszégyenítésnek. A személyes, privát szféra megsértéséről, amelynek során a támadó személyes adatokhoz fér hozzá vagy ilyeneket szivárogtat ki, a megkérdezett újságírók nem számoltak be.

Ritkábban fordul elő a rosszindulatú közösségi médiahasználat számos fajtája is, mint például a sztalking, a bekövetés, az ismerősnek jelölés azzal a szándékkal, hogy a kiszemelt alany közelébe férközzön a zaklató, valamint a dezinformációk és a propaganda online terjesztése; végül a kibertámadás, a hekkelés, például a szerkesztőségi rendszerekbe való betörés. A következő részben bemutatandó konkrét zaklatási esetek azt illusztrálják, hogyan zajlanak ezek a gyakorlatban, és milyen hatást gyakorolnak az újságírók munkájára.

3. Zaklatási esetek: a házi trolloktól a halálos fenyegetésekig

3.1. Trollkodás, retorikai agresszió, bullying

Az újságírók online zaklatásának leggyakoribb formái a trollkodás, a retorikai agresszió és a bullying. A kutatásban részt vevő újságírók túlnyomó része arról számolt be, hogy vagy napi szinten találkozik ezekkel a zaklatásokkal, vagy foglalkozik az elkerülésükkel. Varga Attila (Sixx), az Index újságírója kiemelkedően – és hírhedten – aktívan bocsátkozik párbeszédbe kommentelőkkel és trollokkal, és mint elmondta, jelentős mennyiségű online zaklatás éri nap mint nap. A támadások gyakorlatilag bármiből kiindulhatnak. Egy egyszerű nézeteltérés vagy a legkisebb helyesírási hiba – amely nem ritka az online újságírásban – is elvezethet egy olyan verbális összeütközésig, amelyben már komoly fenyegetések is elhangzanak.

Dull Szabolcs, az Index oknyomozó újságírója tudatosan elkerüli a közösségi médiacsatornákat, és figyelmen kívül hagyja a neki küldött támadó üzeneteket. Ezért ő maga ritkán találkozik zaklatással, bár teljesen elkerülni nem tudja azt, tekintve, hogy akár a legváratlanabb helyekről is jöhetnek. Ilyen eset volt például, amikor 2014 decemberében súlyos viharok után az üzemeltető újra akarta indítani a gyermekvasutat a budai erdőn keresztül, de Dullnak az ügygel foglalkozó cikkei után mégis visszakozott. Az ezt követő napokban több felháborodott szülőltől kapott agresszív, fenyegető üzeneteket, a legtöbbit emailben. Ezek azt nehezményezték, hogy az újságíró elrontotta a gyerekek karácsonyát.

Azt, hogy az agresszív online viselkedés a legváratlanabb helyekről jöhet, Pintér Bence, a Mandiner Sci-fi szerkesztője is alátámasztotta. A site komment szekciójában kialakuló, „irracionális” viták gyakran támadták a többi résztvevő olvasót és az újságírókat is.

A megkérdezett újságírók szerint minél láthatóbb valaki vagy minél megközelíthetőbbnek érzékelik online, annál több zaklatásra számíthat. Ács Dániel, a 444 videós újságírója azt hangsúlyozta, hogy ha valakinek az arca, esetleg a személyes életének részletei megjelennek az interneten, könnyű célponttá teheti a trollok szemében. Az Index, a 444 és a Mandiner komment szekciói is meglehetősen turbulensek. Az első két lap impresszumában szerepelnek az újságírók képei és az emailcímei is, a Mandinernél csak az emailcímeik – ami tulajdonképpen megkönnyíti a zaklatók tevékenységét. A trollkodás és a bullying visszatérően olyan vélemények súlykolásán keresztül nyilvánul meg, amelyek visszhangozzák a kormányzati propaganda főbb paneljeit, vagy éppen antiszemita szövegek, általában vulgáris nyelvezetben.

Az abuzív viselkedést néha már túlságosan megterhelőnek érzik az újságírók: a 444 például azért kényszerült lezárni az Ask.fm-profilját, mert sok zaklatással kellett szembesülniük a platformon. Sok esetben nem a durva vagy szókimondó jelleg, hanem a gyakoriság és az állandó jelenlét a legzavaróbb a zaklatásban. Az Indexnél dolgozó újságírók szerint számos olyan fáradhatatlan olvasójuk van, aki napi rendszerességgel ír offenzív kommenteket és leveleket. Hat-hét ilyen „házi trollról” beszéltek, akik nem hagynak ki egy napot sem anélkül,

hogyan ne küldenének valamilyen negatív észrevételt. Karip Tímea képszerkesztő úgy fogalmazott, hogy akkor válik valaki igazi indexes újságíróvá, amikor az első emailjét megkapja Szűcs Imrétől. Azt is hozzátette, hogy előbb vagy utóbb minden munkatársnak szembesülnie kell a bullying jelenségével.

Még az Index autós aloldala, a Totalcar is rendelkezett a saját „háztáji” trollal. Zirig Árpád, aki korábban dolgozott a lapnál, felidézte az Ubul nevet használó troll valószínűtlen történetét. Ubul közel három évig zaklatta módszeresen a Totalcar újságíróit. Először ízléstelen kommenteket hagyott a cikkek alatt, később már privát emaileket is írt a munkatársaknak. Miután letiltották a kommentelésről, különböző, az első álnevének variációiból építkező álneveken tért vissza, és úgy folytatta. Ezen a ponton az újságírók elkezdtek félni tőle – idézte fel Zirig Árpád, és megindították a nyomozást utána, minden fellelhető információt összegyűjtve róla. Végül közöltek egy cikket,² amelyben leírták az Ubulal kapcsolatos tapasztalataikat, és közzétettek minden olyan információt róla, amelyet találtak, kivéve a nevét és egyéb személyes adatait. Miután a cikk megjelent, a zaklatás abbamaradt, és Ubul örökre eltűnt.

3.2. Fenyegetések

A fenyegetések valamivel ritkábbak a trollkodásnál és a bullyingnál, az interjúalanyok 40 százaléka élt át ilyet. Az egyikük Varga Attila, aki pályája kezdete óta számos fenyegetést kapott online, köztük halálos fenyegetéseket és olyanokat is, amelyekben a gyermekét fenyegették vagy feleségét riogatták szexuális erőszakkal. A fenyegetések súlyosságának észlelését természetesen több tényező befolyásolja, mint például az, hogy honnan érkezik a zaklatás. Kovács Bálint, az Index újságírója szerint ha egy offenzív üzenet olyan emailcímről jön, mint például a youmotherfucker@fuck.com, akkor az feltehetően olyasvalakit rejt, aki a való életben nem tesz további lépéseket. Az újságíró becslése szerint a zaklatás 90 százaléka névtelen felhasználóktól érkezik.

A kutatás résztvevői megemlézték, hogy a komoly fenyegetések általában emailen érkeznek, aminek az oka értelmezésükben az lehet, hogy a személyes csatorna kiválasztása már feltételez egyfajta rosszindulatú elkötelezettséget. A Facebook-posztok alatti vagy a cikkek alatti kommentek ezzel szemben kevésbé durvák. Akárcsak a bullying esetében, a női újságírókat ért fenyegetések többnyire szexuális természetűek.

3.3. Nyilvános megszégyenítés

A nyilvános megszégyenítés az újságírók esetében az online zaklatás viszonylag ritka formája. A megkérdezettek 25 százaléka volt áldozata ilyen jellegű zaklatásnak. Egy ilyen esetről számolt be Lakner Dávid, az MNO újságírója is, akiről a 888-on jelent meg egy olyan cikk, amelyben közzétették Lakner Dávid több régi – vagy a már használaton kívüli MySpace-profiljáról vett, vagy egy egyszerű Google-képkeresés után talált – fotóját, amelyeken hosszú hajjal, metálzenekaros pólókban szerepel. A cikk ezeknek a képeknek a bemutatásával egyrészt kigúnyolni igyekezett az újságíró, másrészt azt szerette volna demonstrálni, hogy ilyen preferenciákkal nem képviselhet valaki megfelelően egy konzervatív álláspontot.

3.4. Rosszindulatú közösségi médiahasználat

Bár ez a zaklatástípus sem a leggyakoribb, egy kiugró eset jól mutathatja, hogy az online dezinformációs és manipulációs kampányok miként használhatók az újságírók ellen. A 2016. október 8-án a Mediaworks által váratlanul bezárt Népszabadság munkatársai – mivel a lap és annak online felülete, a NOL márkája is a kiadó birtokában maradt – a közösségi médiában folytatták a munkájukat. Aznap még posztolni tudták a bezárás

² Winkler Róbert: A trollnak nem kicsi a farka. *Totalcar*, 2011. XII. 24. https://totalcar.hu/magazin/kozelet/2011/12/24/a_trollnak_nem_kicsi_a_farka/.

hírét a NOL Facebook-oldalára, majd másnap létrehozták a *Népszabi szerkesztőség* nevű Facebook-oldalt. Az új oldal gyorsan több mint ötvenezer követőt gyűjtött össze. Ekkor a lap volt munkatársai észrevették, hogy egyre több hamis Népszabadság-utódoldal jelenik meg a platformon, és kezd kommunikálni a lap nevében.

Kőműves Anita, a lap újságírója elmondta, hogy amikor megkeresték az oldalak tulajdonosait, azok nem akarták felfedni az identitásukat, ahogy azt sem kívánták elárulni, miért teszik, amit tesznek. Ekkor jelentettek pár oldalt a Facebooknak, amely többségüket levette, de több oldal még sokáig működött ezután is, mint például a NépszabadságOnline.hu, kétezer követővel, vagy a Népszabadság Besttop hétszázal. Az oldalak feltételezhető célja Kőműves szerint az volt, hogy zavart, megosztottságot keltsenek, és dezinformációt terjesszenek.

Mivel az addigi online felületeket nem tudták tovább használni, az újságírók a Facebookon publikálták az írásait, ezzel pedig a személyes profiljaik jobban láthatóvá váltak a nyilvánosság számára. Ennek következtében megnövekedett az online zaklatás mértéke is, bár nem mindig úgy, ahogy arra számítottak volna. Baksa Roland, a lap újságírója például azt idézte fel, hogy sok olyan üzenetet kapott, amely először támogatónak és barátinak tűnt, de később mintha a küldő az újságíró bizalmába akart volna férkőzni. A profilok alaposabb megvizsgálása után pedig kiderült, hogy az üzenetek stílusa, szövegezése nem volt összhangban a küldő profiljával. Ebből Baksa arra következtetett, hogy a profilok mögött versenytársak vagy éppen titkosszolgálati alkalmazottak állhattak. Baksa Roland maga egyébként soha nem kapott tipikusnak mondható troll kommenteket vagy éppen vulgáris üzenetet.

A többi volt Népszabadságos újságíró is arról számolt be, hogy a közösségi média közönségének kitéve nem annyira a vulgáris trollkodással, a retorikai agresszióval és a zaklatás hasonló egyenes, explicit formáival kellett megküzdenie, hanem jóval „szofisztikáltabb” trollokkal. Kőműves Anita ez utóbbi kategóriát úgy jellemezte, mint „civilizált zavarkeltőket”, akik jó helyesírással és visszafogott stílusban írnak ugyan, de fáradhatatlanul hangsúlyozzák ugyanazokat a dolgokat.

3.5. Kibertámadás és hekkelés

Egyik interjúalany sem számolt be technológiai jellegű támadásról. Ugyanakkor egy ilyen eset 2015-ben történt a magyar médiában, amikor a szélsőjobboldali N1TV online tévécsatorna operatőre, László Petra szándékosan elgáncsolt egy szír menekültet a menekülésükről szóló tudósítás forgatása közben. Az eseményt követően László számos halálos fenyegetést kapott online, még vérdíjat is tűztek ki a fejére, és ekkor hekkelték meg az N1TV oldalát is.³

4. A zaklatók: álnevek és feljelentők

Az esetek legnagyobb részében – legyen szó retorikai agresszióról, bullyingról, fenyegetésről vagy más zaklatási formáról – a zaklatók jellemzően nem fedik fel a kilétüket, hanem név nélkül vagy hamis profilról kommentelnek vagy küldenek üzeneteket. Az újságíróknak ezért kevés konkrét információjuk van a zaklatók köréről, ugyanakkor benyomásaik vannak róluk. Az újságírókkal folytatott beszélgetésekből két szélesebben jellemző zaklatói portré rajzolódott ki.

Az egyik a „szervezett propagandistáé”, aki a leggyakrabban a retorikai agresszió módszerét használja. Az e csoportba tartozók feltehetően elkötelezett támogatói egy politikai csoportnak, olyannyira, hogy előre gyártott fordulatok használatával is hajlandóak támogatni őket. Kőműves Anita szerint a köztük lévő hasonlóságok arra utalnak, hogy egy nagyobb, szervezett propagandatevékenység részei is lehetnek, bár erre nincsen bizonyíték. E kommentelői viselkedés illusztrációja lehet az a 2016. december 10-én az Index által nyilvánosságra hozott

³ NOL: Vérdíjat tűztek ki László Petra fejére. *NOL*, 2015. IX. 11. <http://nol.hu/belfold/verdiyat-tuztek-ki-laszlo-petra-fejere-az-n1tv-kozlemenye-szerint-1562595>.

útmutató,⁴ amelyet feltehetően a Békés megyei Fidesz küldött körbe a saját csatornáin, és amely a párt korrupcióval vádolt képviselője, Simonka György melletti szervezett kommentelői kiállítás pontos részleteit és elemeit tartalmazta. Konkrétan leírta, hogy a képviselő oldalán mely posztok alá milyen kommenteket kellene írni, milyen panelek használatával. A Fidesz nem kommentálta hivatalosan az útmutató nyilvánosságra hozatalát, ugyanakkor azok a kommentsémák, amelyeket az útmutató tartalmazott, valóban megjelentek tömegesen a szóban forgó poszt alatt.

A másik tipikus zaklatói profil olyan személyeket takar, akiknek az online viselkedésük valamilyen módon a való életben gyökerező kihívásaikból, személyes problémáikból ered. Az újságírók nagy része azt feltételezi, hogy a zaklatóik közül sokan akár nagyon magányosak lehetnek vagy mentális problémákkal küzdhetnek. Érdeemes megjegyezni, hogy sokszor azokról a személyiségekről, amelyek kitaláltak tűntek, fordultos módokon kiderül, hogy valójában igaziak.

Egy ilyen példa a már említett Szűcs Imréné, aki az Index majd' minden munkatársának naponta küldött agresszív leveleket éveken keresztül. Az újságírók, tekintettel a név gyakoriságára, azt gondolták, hogy valaki álnéven ír nekik – egészen addig, amikor kiderült, hogy nem ez a helyzet. 2015-ben, az első menekülthullám idején Nyilas Gergely, az Index újságírója elvegyült a menekültek között, és úgy írt riportokat az élményeiről. Rögtön elkezdett leveleket kapni Szűcs Imrénétől, aki azt állította, hogy Nyilas megsértette a törvényt, és büntetést érdemel. Nem sokkal később az újságíró kézhez kapott egy bírósági idézést. A legnagyobb meglepetésükre ekkor kiderült, hogy aki feljelentette, nem volt más, mint maga Szűcs Imre. (Végül Nyilas Gergelyt a Győri Járásbíróság első fokon megrovásban részesítette, és pénzbírságot szabott ki rá.⁵)

5. Reakciók a zaklatásra: a teljes elzárkózástól az iróniáig

A zaklatásra adott reakcióknak négy fajtája különíthető el a válaszok alapján: az üzenetekre adott elsődleges reakció, a kommunikációs és a pszichológiai (érzelmi és kognitív) válaszok, valamint a jelenséghez általánosságban kapcsolódó vélemények.

5.1. Reagálás az offenzív kommentekre és üzenetekre

Jelentős különbségek mutatkoznak az egyes újságírók között a tekintetben, hogy miként reagálnak az offenzív üzenetekre. A megkérdezettek 45 százaléka alkalmanként olvas negatív kommenteket, 20 százalékuk mindig elolvassa őket, míg 35 százalékuk soha. Ha kommunikációról van szó, 55 százalékuk sohasem bocsátkozik párbeszédbe trollokkal, 40 százalékuk alkalmanként, és 5 százalékuk – azaz egy alany a húszból – mindig. Az újságírók túlnyomó többsége – 70 százaléka – azt állítja, hogy nem bántja a zaklatás, 85 százalékuk pedig azt, hogy ez nem jelent problémát a szakmának. Egyfajta jellemző attitűd a zaklató üzenetek teljes elutasítása és kizárása, ami a leggyakrabban a beérkező üzenetek olvasás nélküli azonnali törlését jelenti – ha a küldőről lehet tudni, hogy zaklató, vagy az üzenetről már a megnyitás előtt tudni lehet, hogy támadó. Azok az újságírók, akik nem ilyen radikálisan húzzák meg a határaikat, alkalmanként elolvassák a zaklató üzeneteket, és utána törlik őket, vagy megtartják egy ideig. Még ha a szűrési módszerek nagyon szigorúak és következetesek is, előfordul, hogy egy-egy üzenet mégis átjut, és annak megvannak a következményei. Például Karip Tímea, az Index képszerkesztője ha véletlenül elolvass egyet, akkor legalább fél óráig felzaklatva érzi magát.

4 Index: Itt a fideszes belső utasítás facebookos kommentháborúhoz. *Index*, 2016. XII. 10. https://index.hu/belfold/2016/12/10/valaki_megmondja_hogyan_kommenteljenek_a_bekes_megyei_fideszesek/.

5 Index: Elítélték az Index újságíróját. *Index*, 2018. III. 6. https://index.hu/belfold/2018/03/06/nyilas_menekultriport_itelet/.

5.2. Kommunikációs attitűdök

Ha a zaklatókkal való párbeszédbe bocsátkozásról van szó, a legtöbb újságíró a kommunikáció teljes elkerülését választja. Varga Attila Sixx nem ebbe a csoportba tartozik: ő saját bevallása szerint válaszol akár még a legelhitetesebb trolloknak is. De neki is megvannak a maga határai. Amikor néhány évvel ezelőtt indított egy blogot gyermeke születéséről és neveléséről, egy idő múlva kénytelen volt bezárni azt, mert olyan brutális kommentek érkeztek a gyermekével kapcsolatban, hogy nem tudta tovább elviselni. Egyébként nem tudja megmagyarázni, honnan ered az arra való hajlama, hogy kommunikáljon az őt zaklatókkal. Még úgy is, hogy nem tudja megindokolni, úgy érzi, muszáj válaszolnia.

Bár ugyanabban a szerkesztőségben dolgoznak, a megszólaltatott mandineres újságíróknak nagyon eltérő attitűdjeik vannak a zaklató üzenetekkel kapcsolatban. Bukovics Martin és Kiss Brigitta következetesen soha nem olvas kommenteket, és nem elegendik párbeszédbe a trollokkal és a zaklatókkal. Pintér Bence és Rajcsányi Gellért főszerkesztő viszont alkalmanként olvassa a kommenteket, és akár válaszol is a kellemetlenkedőknek.

5.3. Pszichológiai reakciók

Széles a jellemző pszichológiai reakciók spektruma: egyaránt tartalmazza az önmegkérdőjelezést, a zavartottságot, a félelmet, a megalázottság érzését és a dühöt. A reakciók minőségét meghatározó főbb tényezők közé tartozik egyfelől az újságíró személyisége, másfelől a senioritása (pályakezdőről van-e szó, vagy több éves tapasztalattal rendelkezik), harmadrészt a zaklatás intenzitása (egy vulgáris kommentről van-e szó, vagy komoly fenyegetésről), negyedrész a zaklatás időtartama.

Az interjúk alapján a férfi és a női újságírók egyaránt a karrierjük kezdeti szakaszában szenvednek a legtöbbet a zaklatástól. Bár a későbbiekben is zavaró marad a kitettség, de amint azt többen megfogalmazták: ahogy hozzászoknak, már kevésbé megterhelő. Varga Attila a magyar blogoszféra hajnala óta aktív az interneten, és folytatja küzdelmét a trollokkal, ami az elején még nehéz volt, sok időt és erőt igényelt, hogy a munkával járó folyamatos zaklatást elviselje. Amint felidézte: már a legelső blogposztja alatti legelső komment is negatív volt, aminek az elolvasása után fél óráig csak bámulta a monitort, újra- és újraolvasva a posztját, megvizsgálva az összes állítást, hogy vajon mit ronthatott el.

Az a tény, hogy a legtöbb online zaklatás névtelen felhasználóktól érkezik, azt a benyomást is keltheti, hogy a zaklatás még fenyegetőbb és veszélyesebb. A legtöbb megkérdozett újságíró azonban azt hangsúlyozta, hogy a névtelenség éppen ellenkező hatással bír: könnyebbé teszi a megküzdést. Ács Dánielt például a névtelen kommentek nem érintik meg, más újságírók szerint pedig, ha valakik név nélkül kommentelnek, az egyfelől azt jelenti, hogy nyilvánosan nem vállalják fel a véleményüket, másfelől pedig azt, hogy rejtve kívánnak maradni, és nem teszik meg azt, amit írnak.

A komoly fenyegetésekkel, mint például a halálos fenyegetésekkel nehéz megküzdenni bármelyik karrierszakaszban. Az ilyen fenyegetésekre a félelem a leggyakoribb reakció. Az önmaga megkérdőjelezése, a düh és a megalázottság, az összezavarodottság a leggyakoribb reakciók a bullyingra, a trollkodásra és a retorikai agresszióra, és jellemzően a reakciók erősebbek a korai karrierszakaszban, és kevésbé intenzívek a tapasztaltabb újságírók körében. A zaklatás pszichológiai hatásainak további fontos meghatározója lehet, hogy a zaklatott családtagjai tanúi-e a zaklatásnak. Dévényi István, a Heti Válasz egyik szerkesztője akkor kezdte el kitörölni a cikkei alatti különösen vulgáris kommenteket, amikor ráébredt, hogy a fia, amikor majd abba a korba érkezik, hogy maga is az interneten tájékozódik, találkozhat az apjáról írt ízléstelen kommentekkel.

A zaklatottak néha a komoly fenyegetéseket is iróniával kezelik, ami megkönnyíti a megküzdést, és akár csökkentheti is a fenyegetések jelentőségét. Dévényi István felidézte: egyszer valaki azt írta neki, hogy utánamegy a szerkesztőségbe, amire ő azt válaszolta, hogy persze, jöjjön csak, ő az a 182 centi magas illető a sarokban. Végül a fenyegető nem ugrott fel a szerkesztőségbe, és az ügy ezzel le is zárult. Abban az összes megkérdozett újságíró egyetértett, hogy a legfontosabb faktor a zaklatás által okozott sérülésben nem annyira a zaklatás foka, erőssége, hanem inkább a gyakorisága. Egybehangzóan úgy vélték, hogy a legmegterhelőbb és legfrusztrálóbb az, ha valaki folyamatos, nem szűnő zaklatásnak, bántásnak van kitéve, függetlenül attól, mennyire durvák a verbális támadások.

5.4. Vélemények a zaklatás és az újságírószakma kapcsolatáról

A legtöbb újságíró szerint az online zaklatással való megküzdés egyszerűen a szakma része, és ezért nem foglalkoznak vele. Gyakran elhangzott vélemény, hogy az újságírás igazi, vagy legalábbis jóval hűsbavágóbb problémája a politikai és gazdasági nyomás. Ugyanakkor van némi feszültség az ezzel kapcsolatos távolságtartó vélemények és a mindennapos zaklatással való megküzdés terhei között. Kovács Bálint, az Index újságírója szerint a fő probléma a hallgatás spirálja: azokat az olvasókat, akik szeretnének hozzájárulni a párbeszédhez konstruktív kommentekkel, elriasztják az agresszív felhasználók, és ez káros a nyilvánosság számára. Kovács Bálint hozzátette, hogy emellett, ha van akár egyetlen újságíró, aki a zaklatás miatt adja fel a szakmát, az is helyrehozhatatlan kár.

Gazsó István szerint – aki a Resetnek ír főleg labdarúgásról, és végzettsége szerint szociológus – bár a zaklatás felkavaró lehet azoknak, akik nem tudják leválasztani magukról a támadó üzeneteket, maga a jelenség normális, tekintve, hogy minden olyan élethelyzetben, amikor ennyire nyitottak a kommunikációs csatornák és lehetőségek, hasonlóan alakul az emberi viselkedés. Rajcsányi Gellért, a Mandiner főszerkesztője úgy tekint a lap kommentszekciójára, mint kísérleti terepre. Mint ilyennek, van egy olyan funkciója a nyilvános térben, hogy megengedje az embereknek a közélettel és a politikával kapcsolatos, felhalmozódott érzelmek ventillálását. Számára a zaklatás célpontjaként létezni egyfajta szükséges rossz az újságírásban: nyilvánosan fogalmazzák meg a véleményüket egy közönség előtt, tehát ez a közszereplés természetes velejárója.

6. A női újságírók online zaklatása

Az, hogy a nők, akik újságíróként dolgoznak, különösen kitettek az online zaklatásnak, egyre inkább nyilvánvalóvá válik a felmérésekből. A *The Guardian* hetven millió, az oldalon 2006 és 2016 között hagyott komment elemzése során arra jutott, a tíz leginkább zaklatott újságíró közül nyolc nő volt.⁶ Ez a jelentés kvalitatív adatok alapján, hasonló hangsúlyokat lát a magyarországi kommentszférában. A női újságírók átlagosan több negatív kommentet kapnak, és több bullyingban, fenyegetésben részesülnek, mint a férfiak. Emellett az őket célzó fenyegetések nagyobb százaléka szexuális természetű.

Kulcsár Rebeka, a 444 újságírója, amikor mindössze húsz évesen elkezdett írni a lapnak, azonnal egy zaklatási hullámmal szembesült. Szerinte ha egy női újságíró fiatal, jól néz ki vagy politikáról ír, akkor különösen a céltáblája a trolloknak. Ő maga a zaklatás számos formájával találkozott, az egyszerű bullyingtól („te hülye kurva”) a szexuális fenyegetéseken át („meg foglak erőszakolni”), a felkavaró kommentekig („ha megölnéd magad, hogyan tennéd?”) és a nyilvános megszégyenítésig. (Egyszer egy felhasználó készített egy montázst a Facebookon elérhető képeiből, és posztolta egy cikk alá, egy másik alkalommal a már hónapokkal korábban törölt Tinder-profilképét posztolták ki.) Az elején még próbált válaszolni a zaklatóknak, de az csak rontott a helyzeten, ezért többet nem ragált, és például kikapcsolta a Tumblr-profilján a névtelen kérdés funkciót. Egy idő után felvetődött benne a kérdés, hogy folytassa-e, vagy inkább hagyja ott a szakmát. Nehéz volt elérkeznie arra a pontra, amikor már nem bántották annyira a zaklatások, hogy vissza tudott térni a munkájához, bár tudja, mindegy, mit tesz, a rosszindulatú kommentelők számára csak az számít, hogy nő. Folyamatos kihívást jelent neki valahogy racionalizálni az elfogadhatatlant, és hozzáedzenie magát.

Urbán Csilla, a NOL címlapszerkesztője gyakran kapott hasonló jellegű, paternalizáló vagy szexista és vulgáris kommenteket a lap saját rendszerében, amelyek a neme miatt kérdőjelezték meg a munkáját. Érdekes módon az effajta közönséges zaklatás nagyrészt eltűnt azzal, hogy a szerkesztőség tevékenysége a Facebookra költözött.

Karip Tímea szerint a fő különbség a férfi és a női újságírókat érő zaklatások között az, hogy a nőknek célzott agresszió gyakrabban szexuális természetű. Felidézte, hogy kapott olyan e-maileket, amelyekhez pornóképek

⁶ *The Guardian*: The dark side of Guardian comments. *The Guardian*, 2016. IV 16. <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments>.

voltak csatolva, és a levélben azt írták le, miként kényszerítenék őt szexre. Részben ez magyarázza, hogy a különösen érzékeny cikkeknel egyes női újságírók inkább nem tüntetik fel a nevüket, és elrejtik a Facebook-profiljukat is. A politikáról írni és nőnek lenni: kétszeres rizikófaktort jelent, tette hozzá.

Az irónia a női újságírók számára is eszköz lehet az olyan zaklatással való megküzdésben, amely átjut a szűrőkön. Kiss Brigitta, a Mandiner újságírója úgy látja, hogy a női újságírók „lehülyekurvázása” mindennapos online gyakorlat. Ő maga ennél durvább kommenteket is kap, de nem tudja őket komolyan venni. Az egyik legbefolyásosabb női újságíró, D. Tóth Krisztina, a WMN alapítója hasonló gondolatokat fogalmazott meg a „Te bántani akarsz, én nem biztos, hogy megbántódom” című publicisztikájában.⁷ Ez az attitűd, kiegészülve a kellő önbizalommal és a munkájának alaposságába vetett hittel segíti Nagy Nikit, az Origo tudományos újságíróját a megküzdésben. Bár az eddig említettekhez hasonlóan vulgáris kommenteket nem kapott, de olyanokat gyakran, amelyek arra mutatnak rá, hogy szőke és nő. Emellett gyakran kell szembesülnie a nőkkel szembeni általános előítéletekkel az újságírásban.

7. Összegzés és következtetések

Az IPI On the Line projekt magyarországi szakaszának zárójelentése a magyar online újságírók internetes zaklatásának feltárását, vizsgálatát és elemzését célzó három hónapos kutatás eredményeit mutatta be. A projekt célja az volt, hogy felmérje, milyen típusú zaklatásnak vannak az újságírók kitéve, jellemzően kiket és kik zaklatnak, és az újságírók miként reagálnak az online verbális agresszióra.

Húsz online újságíró alkotta a mintát. A fő adatgyűjtési módszereket interjúk és fókuszcsoportos beszélgetések jelentették. A jelentés nyolc alapvető internetes agresszióformát különít el: a retorikai agressziót, a trollkodást, a bullyingot, a fenyegetést, a nyilvános megszégyenítést, a kibertámadást vagy a hekkelését, a magánszféra megsértését és a rosszindulatú közösségimédia-tevékenységeket. Mindezek közül a leggyakoribb, napi szinten tapasztalt zaklatásformát a retorikai agresszió és a bullying jelenti, a privát és a nyilvános csatornákon egyaránt. Jellemzően a privát csatornákon érkeznek a leginkább fenyegető, közönséges vagy támadó üzenetek, míg a nyilvános csatornákon kevésbé jellemzőek a nagyon erőszakos tartalmak. Az újságírók számára azonban nem feltétlenül a kommentek explicit, erőszakos volta, hanem inkább gyakoriságuk a megterhelőbb.

Az explicit fenyegetések ritkábbak a bullyingnál, de a nők gyakran szenvedő alanyaik, és jellemzően szexuális tartalmú fenyegetések céltáblájává válnak. A nyilvános megszégyenítés és a rosszindulatú közösségimédia-tevékenységek viszonylag ritkán fordulnak elő, hekkelésnek, kibertámadásnak pedig egy interjúalany sem volt áldozata.

Az újságírók reakcióinak négy fő csoportját különíti el a jelentés: egyfelől aszerint, hogy miként észlelik az alanyok a – leggyakrabban anonim – zaklatást, másfelől aszerint, hogy miként reagálnak rá pszichológiai, kognitív-érzelmi, valamint kommunikatív értelemben; végül aszerint, hogy mi a véleményük az újságírók internetes zaklatásának a nyilvánosságra gyakorolt hatásáról. Az attitűdök minden téren nagy változatosságot mutatnak. A többség azonnal törli a zaklatónak látszó üzeneteket, de vannak, akik alkalmanként elolvassák őket, többen pedig rendszeresen megteszik ezt. Hasonlóképp, a legtöbben egyáltalán nem válaszolnak az agresszoroknak, de előfordul olyan eset is, hogy az újságíró hosszan kommunikál velük. A zaklatásra adott legjellemzőbb érzelmi reakciók között az alany értékrendéjük megkérdőjelezése, a bizonytalanság, a félelem, a megalázottság és a düh szerepel. Ezek a karrier korai fázisában jellemzően intenzívebbek és zavaróbbak, míg a több éves gyakorlattal rendelkezők már „a munkával járó” körülményként kezelik az online zaklatást.

Az összegyűjtött adatokra és azok elemzésére alapozva a jelentés három olyan fő bizonytalansági tényezőt határoz meg, amely az újságírók rendszeres internetes zaklatásából eredően veszélyt jelenthet a magyarországi újságírás és a nyilvánosság demokratikus működésére nézve.

7 D. Tóth Kriszta: Te bántani akarsz, én nem biztos, hogy megbántódom. WMN, 2016. XII. 4., <https://wmn.hu/elet/45886-d-toth-kriszta-te-bantani-akarsz-en-nem-biztos-hogy-megbantodom>.

Az első egyfajta enyhe dermesztő hatás (vagy akár öncenzúra), amely abban nyilvánul meg, hogy az olvasók és az újságírók is hajlamosak kerülni az egymással való interakciót, mivel mindkét oldalt túlterheli a trollok és online agresszorok tömege. Ez az elbizonytalanító hatás káros következményekkel van a szólásszabadságra és a nyilvánosságra, mivel csökkenti az online újságírás interaktivitását, elfojtja a párbeszédet és a gondolatcserét az újságírók és az olvasók, és akár az olvasók és az olvasók között is.

A második hatás az úgynevezett „érzékletlenítő hatás”. Ezen olyan pszichológiai tendenciát értünk, amely során az újságírók fokozatosan érzékletlenné válnak az offenzív és agresszív üzenetekkel szemben. Ez bár értelmezhető volna pozitív, énvédő mechanizmusként is, de olyan negatív társadalmi mellékhatással jár, hogy elmosódik az elfogadható és az elfogadhatatlan megszólalások közötti határvonal, és egy újságíró mindenféle és bármilyen online verbális agresszióknak következmények nélkül, rutinszerűen célpontja lehet. Ez az attitűd a leggyakrabban az újságíróknak azon megjegyzéseiben jelenik meg, amelyekben azt hangsúlyozzák, hogy a zaklatás a „munka része”, és hogy az újságíróknak muszáj hozzászokniuk a jelenséghez.

A harmadik fő bizonytalansági tényező és veszélyforrás a hagyományosan és jellemzően eleve hátrányos helyzetű társadalmi csoportok ellen irányuló agresszió intenzitása – ami ebben az esetben a női újságírók elleni erőszakot jelenti. Az újságíróknak helyzete ebből a szempontból még rosszabb, mint az újságírók teljes csoportjáé. Ők jellemzően több bullyingnak, fenyegetésnek és zaklatásnak válnak a célpontjává, mint a férfi újságírók, és az őket érő fenyegetések legnagyobb része explicit módon szexuális erőszakkal való fenyegetésben nyilvánul meg.

Tófalvy Tamás PhD, médiakutató, kommunikációs szakember, tanácsadó, lapunk szerkesztője. A kommunikációs technológiák és a kultúra interakciójával, valamint a digitális tartalomipar közpolitikáival és stratégiáival foglalkozik. A BME Szociológia és Kommunikáció Tanszékének docense, a BME Kommunikáció- és Médiatudomány Mesterszak Digitális Média Szakirányának vezetője, a Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM) projekt vezetője. 2018–19-ben a CEU Center for Media, Data and Society kutatója, 2013 és 2017 között a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete főtitkára, 2012–13-ban a Columbia Egyetem Fulbright-ösztöndíjas kutatója volt. Tanulmányai eddig egyebek között a *First Monday*, a *Media History* és a *New Media & Society* hasábjain jelentek meg, valamint a Palgrave Macmillan és a Routledge által kiadott kötetekben. Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Lehet-e folyamatos válságban az újságírás?” (2021. ősz–tél). Email: tamastofalvy@gmail.com

A 2022-es választások

Aktuális számunkban két írás foglalkozik a 2022-es évi magyarországi parlamenti választások politikai kommunikációjával. Mindkét írás alaptémája az, hogy a politika – amint az élet más területei is – egyre mediatiszáltabbá válik. Bár a politika mediatiszálódásának útja az egész XX. századot jellemezte, napjainkra ez szinte kizárólagossá vált. Még fontosabb talán, hogy a politika és a politikai kommunikáció változása elsősorban a közösségi platformok használatához köthető. A platformkommunikáció sajátosságai meghatározzák a politikai kommunikáció stratégiai jellegét is. A két cikk felmutatja és tudományos igényű elemzi azokat a jellegzetességeket, amelyek a populista identitáspolitika sikerét megalapozzák.

Juhász Vanessa és Bene Márton írása a politikai pártok és a pártpolitikusok közösségi médiában megfigyelhető közléseinek érveléstechnikáját elemzi. Azt vizsgálja, alkalmaztak-e egyáltalán érvelést, s ha igen, az milyen szerepet játszott, illetve törtétek-e, és ha igen, akkor milyen érvelési hibák? A kutatáshoz a szakirodalomban bevett pragmadialektikus sémákat vették alapul. Ezek szerint a politikai vita sajátos jellegzetessége, hogy a színleg egymással vitázó politikusok célja nem az igazság keresése, hanem a közönség meggyőzése. A véleménykülönbségek feloldása helyett érdekükben áll azok markánsabbá tétele, annak érdekében, hogy politikai szereplésük nagyobb figyelmet kapjon, és politikai brandjük erőteljesebben különüljön el az ellenfelétől.

Juhász és Bene írásában rámutat arra, hogy a közösségi média révén a politikusok közvetlenül szólnak a választókhöz. Nincsenek jelen tehát a professzionális újságírók, akik közvetítő szerepük révén, kérdéseikkel és reflexióikkal moderálhatták a vitákat, és esetenként racionálisabb síkra terelheték azokat. Ennek is köszönhető, hogy a közösségi médián elérhető politikai vita elsődleges célja a retorikai hatás elérése, ezt pedig a logikai összefüggések helyett az érzelmekre apellálás jellemzi. További érdekesség, hogy – bár a politikai kommunikáció és érveléstechnika jellemzően reaktív – a közösségi médiában az egymásra történő reagálás viszonylag alacsonyabb fokú, ezek a reakciók pedig a legtöbbször igen negatívak és személyeskedőek.

Benczes Réka, Szabó Lilla Petronella és Virág Ágnes írása egy bizonyos kommunikációs kampányt elemez a 2022-es választások idejéből, amelyben megjelent a politikát a szórakoztató showműsor műfajához hasonlító metafora. A metafora remekül tükrözi a Bene és Juhász írásában hivatkozott megfigyeléseket, amelyek szerint a cél – racionális vita helyett – a közönség meggyőzése, az értelem helyett az érzelmekre gyakorolt hatás, valamint a feltűnés keresése. A vitázó politikusok valójában a közönségnek, nem egymásnak beszélnek, akárcsak egy showműsorban a felek. A metafora elemzése közben megemlítik azt is, hogy a politikai problémák és megoldások tárgyalása helyett a hangsúly az értékekre és az identitásra tevődik át. Az cikk azonban még csavar egyet ezen a tudományos megfigyelésen, amikor azt a kampánytechnikát tárgyalja, amely az ellenzéki politikát azonosította showműsorral, és ehhez negatív értékeket társított.

Benczes, Szabó és Virág írásának magva nyelvészeti elemzés. Ábrákkal szemléltetik, a vizsgált kampány által használt asszociációs párhuzamokat. Megállapítja, hogy a kormánypárti kampány a fogalmi integráció műveletével egy harmadik bemeneti teret is bekapcsol a metafora használatába, amikor a kétezres évek Gyurcsány-kormányát tünteti fel kedvezőtlen fényben.

A megjelenített írások által vizsgált jelenség rendkívüli mértékben befolyásolja a demokrácia jelenlegi és jövőbeni sorsát nem csupán Magyarországon, hanem azon kívül is. Ez a nemzetközi szinten is (kisebb-nagyobb mértékben) jelenlévő politikai kommunikációs stílus azt a veszélyt hordozza magában, hogy a politikai döntések hibás érvelésre alapulnak, így végső soron társadalmi károkat eredményezhetnek. A politikai dezinformáció elleni küzdelem érdekében az Európai Unió nemrég a politikai reklámok platformokon átívelő szabályozására alkotott tervezetet. Ez a jogszabály azonban nem fogja érinteni a politikusok által közvetlenül és „organikusan”, szponzoráció nélkül közzétett posztokat és kommenteket. A jog egyébként sem alkalmas tartalmi, érveléstechnikai kérdéseket szabályozni, így az uniós törvény az átláthatóság követelményén kívül egyéb elvárást nem támaszt. A transzparenncia azonban önmagában csak akkor ér valamit, ha a kutatók, valamint a civil szektor képviselői árgus szemekkel figyelik a politikai hirdetéseket, és jelzik a kockázatokat vagy visszaéléseket. A jövőben így egyre fontosabb lesz a politikai kommunikáció, s így a hirdetések interdiszciplináris vizsgálata, az eredmények közzététele is.

A szerk.

Juhász Vanessza – Bene Márton

Sok beszédnek sok az alja?

A pártok és pártvezetők online argumentációjának vizsgálata a 2022-es országgyűlési választási kampányban¹

A 2022-es országgyűlési választási kampányban azt vizsgáltuk meg, hogy a politikai vita egyes elemei, így a szubjektív vélemény és az egymásra való reagálás milyen mértékben és minőségben van jelen a politikai szereplők Facebook-kommunikációjában. Kutatásunk során pártok és pártvezetők 2441 kampány alatti Facebook-bejegyzését elemeztünk. Eredményeink szerint a politikai szereplők véleménytelített kommunikációt folytatnak a közösségi oldalon, és nagymértékben közpolitikai kérdésekre fókuszálnak. Tényalapú forrásokra ritkán támaszkodnak, és az *ad hominem* érvelés nagy szerepet játszik megnyilatkozásaikban, viszont egyéb érvelési hibák kevésbé jellemzőek kommunikációjukra. Az egymás megszólalásaira adott reakciók igen ritkák a vizsgált bejegyzésekben. A főbb mintázatok hasonlóak a politikai oldalak között, viszont elmondható, hogy általánosságban az ellenzéki oldalak argumentatívabb, reaktívabb és több érvelési hibát alkalmazó kommunikációt folytatnak, mint a kormánypárti oldalak.

Kulcsszavak: 2022-es országgyűlési választási kampány, *ad hominem*, argumentáció, érvelési hibák, Facebook, Frans van Eemeren, közösségi média, politikai vita, pragmadialektika

The online argumentation of political parties and their leaders during the 2022 parliamentary election campaign

Based on the 2022 legislative election campaign, this paper studies how frequently and in what ways certain elements of political debate occur in political actors' social media communication. We analysed 2,441 Facebook posts issued by parties and party leaders prior to the election. Our findings suggest that political actors engage in opinionated discourse on social media and largely focus on public policy issues. They rarely rely on factual reasoning, but *ad hominem* fallacy plays a significant role in their Facebook posts. However, other argumentation mistakes occur rarely in their communication. Different actors evince largely identical patterns, but opposition parties and politicians tend to take a more argumentative stance compared to coalition parties and politicians.

Key words: 2022 parliamentary election campaign, *ad hominem*, argumentation, Facebook, Frans van Eemeren, political debate, pragmadialectics, social media

¹ E tanulmány az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-21-5 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával (ÚNKP-21-5-ELTE-1094), illetve a „COMPACT: A comparative approach to investigate strategic social media activity during political campaigns” (TK-Inkubátor, projekt száma: 03013645) kutatás támogatásával, valamint a Kulturális és Innovációs Minisztérium ÚNKP-22-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

„Aki politizál, az mindig válaszol és válaszra vár”

Schlett István *A politikai gondolkodás története Magyarországon* című könyvében úgy vélekedik a politika diszkurzív jellegéről (Schlett 2018: 26), hogy a politikai szövegek mindig vitaszövegek, folyamatosan valamilyen ellenvéleményt képviselnek. Úgy véli, ahol politika van, ott konfliktus is létezik a vélemények között. A politika véleménypluralitása adja tehát annak diszkurzív jellegét, amely olyannyira inherens része a rendszernek, hogy ha nincs ellenvélemény, akkor a politikus hajlamos kreálni egyet, amely ellen érvelhet.

A kortárs politikai kommunikációtudomány bőséges szakirodalommal rendelkezik arról, hogy a politikusok hogyan és milyen sikeresen juttatják el üzeneteiket a választókhöz. Ám arra, hogy miként kommunikálnak egymással, kevesebb figyelem irányul, miközben e diskurzusok is hatással vannak a választókra. E kérdés a vitakultúra diszciplínáival válik feltérképezhetővé, és a jelen tanulmány is ezzel foglalkozik. A közéleti viták jelensége hosszú hagyományokra tekint vissza, ám a hazai politikában ezeknek csak bizonyos formái tudtak meghonosodni, például a formális keretek között zajló parlamenti viták azonnali kérdései és interpellációi. Mindazonáltal nem gyakran látunk olyan helyzeteket, ahol két politikus egy adott beszédeseményen reagál egymás elhangzott érveire, ami egyebek mellett a jelenlegi hatalmi viszonyoknak (Körösi et al. 2020), a nemzetközi összehasonlításban is extrém magas politikai polarizációnak (Patkós 2019) és a médiarendszer átalakulásának (Bajomi-Lázár 2020) köszönhető. Ahogy a nyilvánosság az évek során megváltozott, a közösségi oldalak egyre inkább megkerülhetetlen szerepet játszottak a politikusok kommunikációjában (Bene 2020). A politikai vezetők és pártok itt – különösen a legnagyobb közösségi oldalon, a Facebookon – a választók nagy tömegeit képesek elérni, ráadásul anélkül, hogy ehhez közvetlen dialektikai kapcsolatba kellene lépniük újságírókkal vagy egymással. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az érvek küzdelmeként felfogott politikai vitának nincs helye e platformokon: a politikai szereplők itt is kifejtik szubjektív véleményüket, érvekkel és tényekkel igazolhatják azokat, és reagálhatnak riváisaik és szövetségeseik hasonló megnyilatkozásaira. Éppen ezért érdemes megvizsgálni, hogy a politikai vita egyes elemei mennyiben tevődtek át az online térbe.

A választások közeledtével a politika szereplői teljes erőbedobással igyekeznek befolyásolni és tematizálni a közbeszédet saját üzeneteikkel, egyebek mellett egymásra is reagálva, hogy bebizonyítsák politikai ajánlatuk relevanciáját. Az online kampányok egyre nagyobb térnyerése, illetve a vírusként terjedő álhírek és dezinformációs hadjáratok (Bódi et al. 2022) fényében különösen fontos, hogy a politikusok igazolni is tudják az általuk nyújtott alternatívákat, főleg akkor, ha kommunikációs stratégiájuk akár az ország jövőjét is befolyásolhatja. Éppen ezért érdemes megvizsgálni, mint mondanak, és azt is, hogyan. Ez utóbbi különösen fontos kérdés a közösségi média által teremtett diszkurzív térben, ahol a politikai szereplők megnyilatkozásait nem tudja közvetlenül megkérdőjelezni a vitapartner vagy az újságíró, így könnyebb hibás érveléssel vagy nem megbízható forrásokkal alátámasztani egy álláspontot vagy tényként interpretált véleményt.

Ebben a tanulmányban arra a kérdésre keresünk választ, hogy a választási kampány Facebook-kommunikációjában milyen szerepet játszik az érvelés, illetve a vita elemei hogyan bukkannak fel a közvetett dialektikai kapcsolatok során. A politika szereplői vajon reagálnak-e egymás kijelentéseire, megjelenítik-e szubjektív véleményüket posztjaikban, valamint érveléseik mennyiben felelnek meg a pragmadialektika vizsgálati kerete által meghatározott érvelés sémáinak, illetve az általuk tényként megjelenített információkat milyen bizonyítékokkal támasztják alá? Összességében tehát arra vagyunk kíváncsiak, hogy a legnagyobb közösségi platformon zajló politikai kommunikáció milyen minőségű diszkurzív teret eredményez. Másként fogalmazva: képes-e valamilyen szinten helyettesíteni vagy kiegészíteni a hagyományos médiatér vitaszituációit?

E kutatási kérdésekre a pártok és a politikai vezetők kampány alatti Facebook-tevékenységét vizsgáló kvantitatív tartalomelemzés segítségével kísérünk meg választ adni. A következő fejezetben bemutatjuk az érveléstudomány vezető iskoláját, amely vizsgálati keretet biztosít kutatásunknak, illetve azon elemeit, amelyek a politikusok Facebook-bejegyzéseiben is megjelenhetnek. Ebben a részben rögzítjük három kutatási kérdésünket is, amely a politikusok közti interakciók feltérképezésére irányul, azaz hogy (1) a szereplők mennyire nyilvánítanak ki szubjektív véleményeket, (2) milyen gyakran reagálnak egymásra vagy bizonyos jelenségekre, illetve (3) milyen érvelési stratégiákat és érvelési hibákat, azaz fallációkat alkalmaznak e megnyilvánulások során. Ezt követően bemutatjuk kutatásunk eredményeit, majd a tanulmány végén levonjuk a következtetéseinket.

A politikai vitakultúra Magyarországon

Napjainkban mind a közéleti, mind a tudományos diskurzusban gyakran jelenik meg a hazai politikai vitakultúra visszaszorulásának és egyre romló színvonalának gondolata (Farkas & Szabó 2021), ám tudományosan nem könnyű meghatározni, hogy pontosan mit is értünk a jelenség alatt. Az ugyanis nem igaz, hogy ne lennének politikai viták. Az ellenzéki előválasztások alatt például a pártok rekordszámú jelölti vitát szerveztek, a parlamentben pedig rendszeresen kérdezik fel egymást a képviselők közügyeket érintő témákban. Nem csak a viták mennyisége, hanem azok színvonala is gyakran kritika tárgya, amelyet meghatározhat a résztvevők összetétele, felkészültsége, az elhangzott érvek minősége és maga a közeg, amelyben a viták lejátszódnak. A fent említett diskurzusok például kiegyenlített erőviszonyok között zajlottak. Mint azt tudjuk, az előválasztásokon nem vett részt kormánypárti képviselőjelölt, a törvényalkotási bizottságba visszahúzódó parlamenti vitákon pedig az ellenzéknek a kétharmados kormánytöbbséggel szemben nincs érdemi beleszólása a jogalkotásba. Több mint egy évtized óta aligha fordult elő olyan kiegyenlített erőviszonyok között zajló beszédesemény, amely során a kormánypárti és az ellenzéki politikusok közvetlen dialektikai kapcsolatba léptek volna egymással, és a véleménykülönbség feloldására szolgáló érvelésekkel próbálták volna meg cáfolni a másik álláspontját, vagyis amelyet a szakirodalom klasszikus értelemben vitaként definiál (Emeren et al. 2002: 11).

Bár a hagyományos vitamodellek eltűnőben vannak a magyar politikai diskurzusban, az érvelés és a dialógus a mai napig szerves részét képezi a közegnek, így a vita „nem vész el, csak átalakul” a hazai politikában. A politikai szereplőknek a választói támogatás megszerzése és megőrzése érdekében folyamatosan igazolniuk kell politikai céljaikat, cselekvéseiket, valamint valamilyen módon interpretálniuk kell a politikai tér történéseit és szereplőit. Ez az interpretációs és igazoló folyamat pedig egyebek mellett érvelések sorozatával történik. Az érveléstudomány, azaz a pragmadialektika a politikai kommunikációt egy nyilvános kommunikatív tevékenységtípusba, a deliberáció műfajába sorolja. Ennek során a résztvevők változatosan használnak argumentatív kommunikatív tevékenységeket, hogy olyan kérdéseket vitassanak meg, amelyekről nemcsak a vitát folytató felek, hanem a közönség is különböző álláspontokat képvisel (Emeren & Peng 2017: 129–135). Az argumentáció ilyenkor a legtöbbször a harmadik fél, vagyis a közönség felé irányul, ebből kifolyólag a cél nem a vitapartner meggyőzése vagy a véleménykülönbség feloldása, hanem a publikumra gyakorolt hatás. A politikus, amikor dialógust folytat egy másik szereplővel, valójában nem vitapartnerét kívánja meggyőzni saját ideológiai vagy szakpolitikai álláspontjáról, hanem a közönséget, azaz a választókat, kommunikációjában pedig e stratégia szerint válogatja ki az eszközöket.

E ponton fontos kiemelni a diszkurzív politikatudomány vélekedését a politikai vita céljáról és jellegéről. A politikai vita ugyanis több szempontból túlmutat az egyszerű, két egyén közötti vitázáson, a diskurzus ebben az esetben nem más, mint definíciós vagy értelmezési küzdelem. A felek nem a valóság objektív leírására törekcsenek, hanem a politikai valóság megszervezésére (Szabó 2003: 139). A szereplők értelmezési küzdelmeik során argumentációs folyamatokkal igyekeznek igazolni saját politikai ajánlatukat, „politikai valóságuk” igazságát, és cáfolni, hitelteleníteni vagy nem kívánatosként beállítani a vitapartner értelmezési kísérleteit. A politikai vitát tehát nem a közös megegyezés vagy a véleménykülönbség feloldása motiválja, hanem az értelmezési küzdelemben való előnyösebb pozíció szerzése a politikai ellenfélhez képest.

A mediatizált politikában az érvelések nagy része azonban már nem egy közvetlen dialektikai kapcsolaton keresztül megy végbe, hanem a politika szereplői valamilyen médiaközegen keresztül reagálnak egymás megnyilatkozásaira. Ezt az átalakulást erősítette fel a közösségi média megjelenése, amelynek segítségével a politikusok az újságírók közvetítő szerepe nélkül is el tudnak jutni a választók tömegeihez. A magyar kontextusban ehhez szintén hozzájárult a hosszú évek alatt végbemenő hatalmi eltolódás a kormány és az ellenzék között (Körösényi et al. 2020), amely egyben a plurális médiatér fokozatos beszűkülését is eredményezte (Bajomi-Lázár 2020). Ebben a térben kevés lehetőség nyílik a politikusok számára a közvetlen vitahelyzetre, ugyanakkor közösségi oldalakon keresztül reagálhatnak egymás kijelentéseire, illetve hangot adhatnak szubjektív véleményüknek. A közösségi média a politikában is elengedhetetlen kommunikációs eszközzé vált, a magyar politikusok aktívan használják a különböző platformokat, különösen a Facebookot (Bene & Farkas 2022). Amellett, hogy saját politikai munkájukat tehetik láthatóvá követők előtt, szubjektív véleményeket is megfogalmazhatnak, eseményekre, döntésekre és egymásra is reagálhatnak az online térben, ráadásul anélkül, hogy az újságírók

vagy politikai ellenfelek közvetlenül visszakérdezhessenek vagy vitathassák a megfogalmazott kijelentéseket. Ebből következik, hogy a hazai vitakultúra mélyebb megértése érdekében elengedhetetlen, hogy a vizsgálódás fókuszát a politika szereplőinek közösségi oldalakon elhangzó érveire irányítsuk.

Számos kutatás foglalkozik a politikusok közösségimédia-használatával és annak hatásaival, az érvelések és az egymásra adott reakciók vizsgálata azonban kevésbé kutatott területnek számít. Néhány kutatás vizsgálta, hogy az arisztotelészi értelemben vett éthosz (személyfókuszú kommunikáció), páthosz (érzelmekekre apellálás) és logosz (racionális érvelés) mennyire jelenik meg a politikusok kommunikációjában. E kutatások szerint az érvelés ritka a politikusok posztjaiban, ugyanakkor hatékony kommunikációs eszköznek számít a reakciók kiváltása szempontjából (Bronstein 2013, Gerodimos & Justinussen 2015, Samuel-Azran et al. 2015, Heiss et al. 2019). Kis számú kutatás foglalkozott a politikai szereplők Twitteren történő, egymásra adott reakcióival, elsősorban a platform korai időszakában. E vizsgálatok szerint a posztoknak csak egy kis részében található más szereplőre való reagálás (Jackson & Lilleker 2011, Graham et al. 2013), és ezek is elsődlegesen negatív színezetűek (Hemsley et al. 2018). Meglehetősen korlátozottak tehát az ismereteink e témákban, és a meglévő eredmények is főként amerikai kampányokból származnak, ami a közösségi médiában zajló politikai kommunikáció szempontjából nehezen általánosítható, inkább kivételes esetnek számít (Vaccari & Valeriani 2021).

Érvelés a közösségi médiában

Az érveléstudomány jelenleg azon kommunikatív tevékenységtípusokat különbözteti meg, amelyekben közvetlen dialektikai kapcsolat áll fenn a vita szereplői között. Mivel azonban az online kommunikáció a nyilvánosság egyik központi elemévé lényegült, szükségszerűvé vált, hogy az interneten vagy a sajtóorgánumokban zajló argumentatív diskurzusok is a vizsgálódás tárgyává váljanak. Tanulmányok már foglalkoznak a média argumentációra gyakorolt hatásaival (Rinke 2016), valamint a populisták politikai retorikájában előforduló érvelési hibákkal (Blassnig et al. 2018), azonban a közösségi médiában előforduló argumentatív tevékenységek politikai vonatkozásaival ismereteink szerint a tudományos diskurzus kevésbé foglalkozik. A jelen tanulmány célja, hogy megvizsgálja, a közösségi médiában mennyiben vannak jelen szubjektív vélemények és reakciók formájában közvetett vitaszituációk, valamint feltárja az argumentációk során alkalmazott érvelési sémákat. A hagyományos vitamodellek ugyan eltűnőben vannak a politikai diskurzusban, ám ahogy a nyilvánosság egyre inkább az online térbe tevődik át, bizonyos argumentatív elemek ott is megjelennek, újabb vitafajtákat hozva létre ezáltal. Arra vagyunk tehát kíváncsiak, hogy a politikai szereplők közösségimédia-tevékenysége mennyiben képes helyettesíteni a hagyományos politikai vitát azáltal, hogy egyfajta közvetett dialogikus teret teremt, ahol vélemények, érvek és egymás kijelentéseire adott reakciók cirkulálnak.

A politikai vita alapfeltétele, hogy szubjektív vélemények fogalmazódjanak meg a felek részéről, hiszen a vita legelső feltétele a konfrontációs szakaszban rögzített véleménykülönbségek realizálása (Eemeren & Grootendorst 1984: 85). Ezért első kutatási kérdésünk arra irányul, hogy a politikai szereplők a Facebookon mennyire adnak teret saját szubjektív véleményük kifejtésének (KK1). A vélemények megformálása egyben a politikai napirend meghatározására is alkalmas: a politikus vagy párt kijelöli, mely ügyeket tartja fontosnak azzal, hogy véleményt nyilvánít róluk, ezzel pedig diskurzust is generál.

Az eltérő vélemények szükséges, azonban nem elégséges alapfeltételei a vitának. Az argumentációhoz a feleknek diskurzusba is kell lépniük egymással, amelyet a másik álláspontjára történő reakcióval tehetnek meg (Eemeren & Grootendorst 1984: 86). Ezért második kutatási kérdésünk keretében azt vizsgáljuk, hogy a Facebookon a politikai szereplők mekkora mértékben és milyen módon reagálnak más megszólaló véleményére (KK2). A digitális nyilvánosságban – csakúgy, mint a közvetlen vitaszituációk során – a szereplők a közönségre kívánnak hatni, még akkor is, ha üzeneteikben egy másik politikus álláspontjára reagálnak. A reakciók lehetnek pozitívak vagy negatívak, megfogalmazhatnak szubjektív véleményeket és tényeket egyaránt, amelyeket a meggyőzés érdekében érvekkel és bizonyítékokkal támaszthatnak alá.

Végezetül az érvelések normatív minőségét is vizsgáljuk (KK3). A vita létrejöttéhez elengedhetetlen az érvelés, amely az álláspontok igazolására szolgál. Az érvelés tipikusan egy premisszából és egy konklúzióból áll, a konklúzió maga a vitázó álláspontja, a premissza pedig az az érv vagy érvek, amellyel/amelyekkel alá kívánja

támasztani állításait (Francisca & Henkemans 1997). Ideális esetben az érvelő logikailag plauzibilis módon tényeket hoz fel álláspontja bizonyítására, így a premisszákból egyértelműen következik konklúziója. Ebből következik, hogy az érvelés erősségét a hivatkozott adatok, valamint az érv és a konklúzió közti kapcsolat is befolyásolja. Az előbbit egyszerűbben ki lehet elemezni, az utóbbihoz pedig a racionális vita szabályaival foglalkozó pragmadialektika módszertani eszköztárát hívjuk segítségül.

A pragmadialektika iskolája

Az érveléstudomány a kritikai vita lineáris modelljére támaszkodik, amely a véleménykülönbségek feloldását szolgálja egy előre meghatározott szabályrendszeren keresztül. Ebben a strukturált szabályrendszerben a pragmadialektika művelői számos érvelési sémát és a szabályok áthágásával létrejövő fallációkat, azaz érvelési hibákat határoztak meg (Eemeren et al. 2002: 182–183). Az érvelési hibák között megkülönböztetjük a formális és az informális fallációkat. Míg a formális fallációk logikai összefüggéseikben hibásak, addig az informális tévedések nem érintik a formális logika szabályait, hanem az érvelési séma helytelen használatából adódóan hibásak. Az utóbbiakat a pragmadialektika vizsgálati módszere tárja fel (Walton 1995). Ilyen tévedést jelent például a konklúzió és a premissza közti laza kapcsolat, és ilyeneket jelentenek a túlzó kijelentések vagy a nem helyesen használt hasonlatok is.

A kritikai vitamodellem elméletének kiegészítése révén jött létre a stratégiai manőverezés, amely a vitában elhangzó érveket a retorikai hatásosság és a dialektikai ésszerűség alapján vizsgálja. A stratégiai manőverezés azzal is kibővíti az iskolát, hogy a vitatkozó felek már nem pusztán a véleménykülönbségek feloldása érdekében folytatnak vitát, hanem azért is, hogy ez a feloldás az ő javukat szolgálja (Eemeren 2010: 25–28). Ez a kitétel már deskriptív módon közelíti meg az egyes kommunikatív tevékenységeket és az azokban alkalmazható prezentációs eszközöket, megjelenő hallgatói elvárásokat, valamint az érvek topikus potenciálját (Eemeren & Peng 2017: 7). Az érveknek ezért nem pusztán logikailag összefüggőnek kell lenniük, hanem retorikailag is hatást kell gyakorolniuk a vita szereplőire. A stratégiai manőverezés előfeltételezi, hogy a felek nem transzparens igazságdiskurzust folytatnak, hanem a tényektől függetlenül ellenfelüket vagy a közönséget próbálják saját álláspontjukról meggyőzni a kommunikációs mozgástérben rendelkezésre álló eszközeik (érvelési sémák, premisszá) segítségével.

Több kutatás foglalkozik a fallációk stratégiai használatával, amely során a politikusok hibás érveléseikkel igyekeznek igazolni olykor igen markáns állításukat a nyilvánosságban (Zurloni & Anolli 2010). Ebből következik tanulmányunk harmadik kutatási kérdése, az, hogy miként érvelnek a politikai szereplők a közösségi médiában. Ennek keretében megvizsgáljuk, hogy a politikusok érveléseiben megjelenő tényeket milyen forrásokra hivatkozva igazolják, illetve azt is, hogy a pragmadialektika által azonosított érvelési hibák mennyire jellemzőek a kommunikációjukra.

Fontos itt megemlíteni, hogy a politikai érveléseknek természetesen nem szükséges a pragmadialektika szabályrendszeréhez alkalmazkodniuk ahhoz, hogy az interpretációs küzdelemben hatékony eszközként szolgáljanak. Sőt sok esetben az érvelési hibák szándékos használata, például az érzelmekre apellálás vagy a személyekre fókuszáló támadás kifejezetten hatékony kommunikációs eszköznek számít (Bene 2020). Az érvelések racionalitásfókuszú normatív minőségének értékelése ettől függetlenül fontos kérdés, hiszen a politikai elitdiskurzus racionalitásának foka fontos közpolitikai és társadalmi következményekkel járhat. Ha a racionális érvelés alacsony szintet képvisel a politikai diskurzusban, akkor közpolitikai döntések is indokolhatóak hibás érvelésekkel, ami racionális érvek alapján kevésbé elfogadható döntéseket is képes legitimálni. A politikai elitdiskurzus ráadásul egyfajta mintaként is szolgál a társadalom számára, így ha bizonyos pragmadialektikailag hibás érvelések bevetté és elfogadottá válnak, akkor azok a mindennapok intézményes és nem intézményes világában is az álláspontok igazolásának és a konfliktusok feloldásának jóváhagyott eszközeivé válhatnak. Ezért miközben elismerjük, hogy a meggyőzésre és a mozgósításra fókuszáló politikai logika nem a racionális érvelés szempontjait tartja szem előtt a politikai kommunikáció megszervezésekor, a pragmadialektika előíró szabályrendszere mégis alkalmazható a politikai diskurzus minőségének normatív értékelési standjardjaként. Tanulmányunkban tehát a pragmadialektikát olyan módszertani eszköznek tekintjük, amely a racionális vita normatív ideáljának felkínálásával értékelési standardot nyújt a politikusok kommunikációjának vizsgálatához.

Első lépésben azt vizsgáljuk, hogy a politikai szereplők a Facebook-bejegyzéseikben megjelenő tényszerű kijelentések igazolására milyen eszközöket használnak fel. Egy tényszerű állítás egyrészt alátámasztható adatokkal, másrészt lehet hivatkozni szakértői véleményre, illetve jogszabályokra is. Bár e források alkalmazása is lehet félrevezető, megtévesztő vagy akár hamis, a racionális vitát és mérlegelést mégiscsak elősegíti azáltal, hogy ezek ellenőrizhetőek és tényalapon megkérdőjelezhetőek lehetnek. Ezzel szemben amikor egy politikai szereplő az általa tényként közölt állítás alátámasztásaként egy egyedi jelenséget hoz fel, vagy azzal érvel, hogy az információ „közismert” és mindenki számára „magától értetődő” (egyfajta „common knowledge”), akkor a racionális vitázás lehetőségei szűkülnek. Az egyedi jelenség kevés tényállítás esetében jelent egyértelmű bizonyítékot, ráadásul könnyen szembeállítható egy, az állításnak ellentmondó másik egyedi jelenséggel. Az pedig, hogy egy tényállítást a társadalom jelentős része oszt, egyrészt nehezen ellenőrizhető, másrészt nem teszi igazgá a tényállítást. Ezért úgy véljük, az érvelés magasabb minőséget képvisel akkor, ha „tényalapra” legalábbis számot tartó forrásokat, így adatokat, szakértői véleményeket és jogszabályokat tartalmaz, mint amikor egyedi jelenségekkel és „magától értetődőségekkel” igazolják az állításokat.

Második lépésben az érvelési sémák vizsgálatához az előzetes szakirodalmi áttekintés során összegyűjtöttük a politikában leggyakrabban előforduló érvelési hibákat. Az informális tévedések az érvelés logikai hiányosságairól árulkodnak, ám számos esetben előfordul, hogy a politikai vezetők a retorikai hatásosság érdekében stratégiai célból mégis alkalmazzák őket kommunikációjukban. Az egyik vizsgált falláció az *ad hominem*ek csoportja, amelyek személy elleni támadásként is definiálhatóak. Ebben az esetben a politikus nem ellenfele érvét, hanem annak valamilyen tulajdonságát támadja, megszegve ezzel a racionális vita szabályait, és ellehetetlenítve az álláspontok felülvizsgálatát (Walton 2008: 170). Az *ad hominem* több pusztá gúnyolódásnál, ugyanis követelménye, hogy a vitapartner álláspontjára reagálva hangozzon el.

Egy másik gyakori érvelési stratégia az érzelmekre hivatkozás. A politikus elkeserítőnek vagy örömtelnek talál valamilyen történést, például „a kormányzat maffiaállamot működtet, ami rendkívül dühítő”. Ez hibás érvelésnek minősül, hiszen logikai érvek helyett érzelmekkel akar hatni a választókra (Walton 2008: 106), ám igen gyakori eszköz a politikai diskurzusban.

A harmadik frekvenciánál használt, ám hibás érv a többségre való hivatkozás, azaz *ad populum*, például „a kormányzat hazudik, hiszen senki se hisz már neki”. Itt a politikus egy igen markáns véleményt pusztán a közhangulat vélelmzésével igyekszik alátámasztani, ami értelemszerűen nem elégséges bizonyítás (Walton 2008: 107–108).

A következő vizsgált kategória az elhamarkodott általánosítás, azaz ha egy politikus azt feltételezi, hogy ellenfele álláspontja valótlán, mert egy bizonyos társadalmi vagy politikai csoporthoz tartozik. Ez szintén érvelési hibának minősül, de a politikában gyakran hallhatunk implikált vagy explicit utalásokat erre vonatkozóan, például „a kormányzat maffiaállamot működtet, hiszen a fideszes Volner Pál kenőpénzeket vett fel.” A „csúszós lejtő” kategóriába azok az érvelések tartoznak, amelyek egy adott szituációból vezetnek le egy sor olyan következményt, amelynek valószínűsége a valóságban nagyon is csekély, az érvelő mégis elkerülhetetlennek látja őket (Walton 2008: 22). Ezek logikailag szintén nem állják meg helyüket, a politikusok mégis gyakran „fenyegetőznek” végzetes kimenetekkel.

Összességében a pragmatodialektika szabályrendszere mint módszertani eszköz lehetővé teszi a politikusok érvelésének vizsgálatát a premisszáik igazságtartalmától függetlenül. Ezzel elemezhetővé válik, hogy milyen igazolási funkciókat használva közvetítik saját politikai valóságukat a választók felé.

Módszer

A kutatás a magyarországi pártok és pártvezetők 2022-es kampány során folytatott Facebook-kommunikációját vizsgálta tartalomelemzési eszközökkel. Ebből célból a parlamentbe került pártok (Fidesz, KDNP, Demokratikus Koalíció, Jobbik, Momentum Mozgalom, MSZP, LMP, Párbeszéd) központi oldalainak, a pártok vezetőinek, valamint Márki-Zay Péter miniszterelnök-jelöltnek a kampány utolsó négy hetében, azaz 2022. március 7-e és április 3-a között közzétett posztjait töltöttük le a CrowdTangle alkalmazás segítségével. A Mi Hazánk esetében a pártelnök nem rendelkezett Facebook-oldallal, a párt oldalát pedig a kampányhajrában törölte a Facebook, így a kódolás idején már nem tudtunk hozzáférni a korábban letöltött posztokhoz sem. A letöltést napi

rendszerességgel végeztük, minden nap a megelőző nap posztjait kértük le a programból. A társelnöki rendszerrel rendelkező pártok esetében csak az egyik társelnököt vettük figyelembe, mégpedig azt, aki az adatgyűjtést megelőző héten nagyobb aktivitást mutatott a Facebookon: az MSZP-nél Kunhalmi Ágnes, az LMP-nél Kanász-Nagy Mátét, a Párbeszédnél Szabó Tímeát.

A tartalomelemzési mintába a vezetők esetében az összes közzétett poszt (N=1335), a pártok esetében pedig a közzétett posztok 50 százalékos véletlen mintája került (N=1106). Az utóbbi esetben a szűkítésre azért volt szükség, mert a pártok jóval többet posztoltak, mint a politikai vezetők. A posztokat a DigiWorld² nemzetközi kutatóhálózat kódkönyve alapján kategorizáltuk, a nemzetközileg használt kódkönyvet azonban kiegészítettük néhány további kategóriával – a jelen elemzésben elsősorban ezekre fókuszálunk. A legtöbb változónkat kétértékű álváltozóként (dummy változó) kezeltük, vagyis amennyiben az adott elem a posztban megjelenik, akkor a változó 1-es értéket, ha pedig nincs jelen, akkor 0 értéket vesz fel.

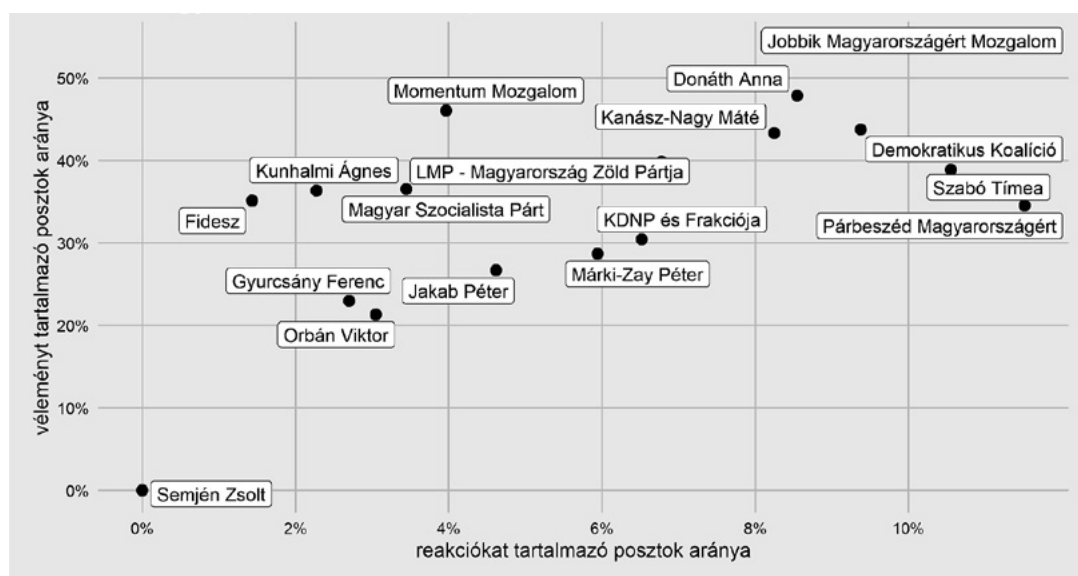
Ennek értelmében a kódolóknak rögzíteniük kellett, ha az adott poszt tartalmazta a közlétező saját véleményét, explicit reakciót más szereplő kijelentésére, a reakció jellegét (pozitív, negatív, neutrális), a felsorolt érvelési hibák valamelyikét (ad hominem, negatív érzelmi érv, pozitív érzelmi érv, ad populum, általánosítás, csúszós lejtő), illetve a tények bizonyításra használt forrást (adat, szakértő, jog, általános tudás, egyedi eset). A kódolást négy kódoló végezte április 20-a és június 30-a között. A kódolás megbízhatóságának ellenőrzésére a kódolók közötti megbízhatósági tesztet végeztünk egy 100 elemű véletlen mintán. A Brennan-Prediger kappa koefficiens a változók többségénél a magas megbízhatóságot mutató 0,8-as érték felett volt, csak a szubjektív vélemény (0,61) és az általánosítás érvelési hibájánál (0,62) ért el alacsonyabb értéket. A négy kódoló között a kódolandó anyagot véletlenszerűen osztottuk szét, így szisztematikus kódolói torzítás nem érvényesül aktorspecifikusan.

Reakciók és vélemények

Az első két kutatási kérdésünkben arra voltunk kíváncsiak, hogy a politikai szereplők saját oldalain milyen arányban jelenítenek meg szubjektív véleményeket és reakciókat a választási kampány során.

1. ábra

A véleményt tartalmazó posztok aránya a magyar pártvezetők és pártok Facebook-oldalain



2 Lásd <https://digidemo.ifkw.lmu.de/digiworld/>.

Az 1. ábrán jól megfigyelhető, hogy a szubjektív vélemények viszonylag gyakoriak, a reakciók viszont ritkábbak a pártok és a politikusok posztjaiban. Az összes vizsgált poszt csupán 6 százaléka tartalmaz reakciót, azonban 35 százalékukban fogalmaznak meg valamilyen véleményt. A vizsgált reakciók nagy többségükben negatívnak bizonyultak, a reagáló bejegyzések csupán 16 százaléka volt pozitív hangvételű, 9 százalékban pedig semlegesen reagáltak egymásra a politikusok. A vélemények minden politikusnál gyakrabban jelennek meg, mint a másokra adott reakciók, ám az eredmények alapján jelentős különbségek is látszanak az egyes politikai szereplők között. A táblázatból kimagaslik a Jobbik Magyarországért Mozgalom, amely a posztok 54 százalékában nyilvánított valamilyen véleményt, de az átlagnál kétszer gyakrabban, a bejegyzések 10 százalékánál reagált is valamilyen állításra vagy személyre. A Jobbikot Donáth Anna és a Demokratikus Koalíció oldala követi 48 és 44 százalékos vélemény/poszt arányban. A Momentum politikusa és a DK a bejegyzések 9 százalékában reagált valakire. Az ellenzéki összefogás többi szereplője is gyakran nyilvánított véleményt, a skála elején végzett a Momentum Mozgalom (46 %), Kanász-Nagy Máté (43 %), valamint az LMP (40 %) és Szabó Tímea (39 %) oldala. Az általunk vizsgált politikai vezetők és pártok közül a lista végén Semjén Zsolt található 0 reakcióval, illetve véleménnyel. Gyurcsány Ferenc 23 százalékban, Orbán Viktor pedig 21 százalékban nyilvánított véleményt posztjaiban. A DK vezető politikusa pártjánál jóval kevesebbszer, csupán a posztok 3 százalékában reagált mások véleményére, csakúgy, mint a miniszterelnök. Jakab Péter pártja Facebook-oldalával ellentétben nem sokszor nyilvánít véleményt (27 %), illetve másokra sem gyakran reagál (5 %). Márki-Zay Péter, az Egységben Magyarországért miniszterelnök-jelöltje a kampány alatt posztjainak csupán 29 százalékában fogalmazott meg saját véleményt, míg bejegyzéseinek mindössze 6 százalékában reagált mások üzeneteire.

Az adatok alapján kijelenthető, hogy az ellenzéki oldalak általánosságban nagyobb reaktivitást mutatnak kormánypárti ellenfeleiknél, ez alól leginkább a KDNP Facebook-oldala kivétel, amely a táborból kimagasló arányban közöl reakciókat (7 %) a közösségi oldalon. Az ellenzéki térfélen alulmarad viszont Gyurcsány Ferenc (3 %), a Magyar Szocialista Párt (3 %) és Kunhalmi Ágnes (2 %) Facebook-oldala: ezek ritkábban osztanak meg más politikusokra vagy pártokra adott reakciókat.

A vizsgált Facebook-oldalakból az is kiderült, hogy az ellenzéki oldalon több egyéni vélemény is megjelenik, bár a Fidesz aránylag szintén gyakran osztja meg szubjektív véleményeit a felhasználókkal (35 %). Gyurcsány Ferenc, Jakab Péter és Márki-Zay Péter oldala itt is kivételt képez: ők jóval ritkábban jelenítenek meg egyéni álláspontokat bejegyzéseikben. Figyelemre méltó, hogy a Jobbik, a DK és a KDNP esetében jelentős eltérés mutatkozik a pártoldal és a pártvezető oldala között. Mindhárom esetben a párt oldala a Facebookon sokkal argumentatívabb, míg a pártok vezetői kevésbé szorítkoznak ilyen eszközökre. Véleményközlés tekintetében a Fidesz hasonló stratégiát követ, a párt oldala sokkal gyakrabban fogalmaz meg szubjektív üzeneteket, mint maga a miniszterelnök. Ezzel szemben a Párbeszéd, az LMP és az MSZP esetében a pártvezető és a pártoldal stratégiája nagyon hasonló a véleményközlés tekintetében, a Momentum esetében pedig a pártelnök reakciói és véleményei meghaladják a pártéit is.

Ebből két eltérő kommunikációs stratégiára következtethetünk. Az egyik csoport a pártokon keresztül végzi a politikai napirend megszervezését, a vezetők pedig egy kevésbé argumentatív kommunikációt folytatnak, míg bizonyos szereplőknél a párt és a pártvezetők párhuzamosan közvetítik a véleményt és a reakciókat.

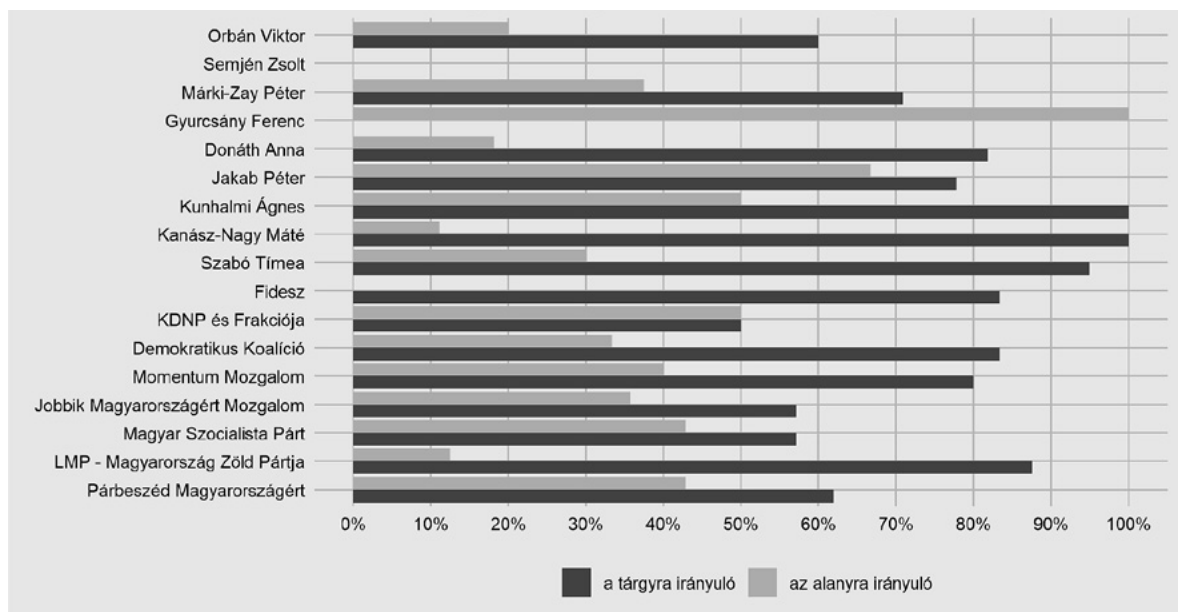
A politikus reagál: alany vagy állítmány?

A 2. ábra a reakciót tartalmazó Facebook-posztokon belül megkülönbözteti, hogy a reagáló párt vagy politikus egy adott véleményre vagy a véleményt közlő személyre reagál. Az eredmények a harmadik kutatási kérdésünk szempontjából is fontosak, ha ugyanis a vitázó ellenfele álláspontja helyett annak személyre reagál, érvelési hibát követ el a pragmadialektikai megközelítés értelmében. Összességében megállapítható, hogy ha egy politikai szereplő reagál valamilyen véleményre, akkor túlnyomóan inkább a tartalmával szemben fogalmaz meg kritikát, mintsem a közlővel szemben. Ez azért is különösen érdekes eredmény, mert a politikában a személyeskedés igen gyakori jelenség, így azt feltételezhetnénk, hogy a politikusok a közösségi médiában folytatott argumentáció során is többször kritizálják ellenfelüket, mint annak véleményét, A reakciók terén kifejezetten aktív Szabó Tímea, Donáth Anna, az LMP és a Demokratikus Koalíció, vagy éppen Kanász-Nagy Máté szinte

mindig reagál a közlő álláspontjára, és viszonylag ritkán támadja magát a közlőt. A közlő álláspontjára reagál nagymértékben a kevesebb reakcióval operáló Kunhalmi Ágnes, a Momentum vagy éppen a Fidesz is, az utóbbi talán meglepő módon kizárólag a tartalmi reagálásra hagyatkozott. A közlő bírálata leginkább Gyurcsány Ferencre jellemző, akinek kevés reakciója mind ilyen jellegű volt, valamint Jakab Péterre, de Kunhalmi Ágnes és a KDNP is gyakran személyeskedik a tartami kritikák mellett.

2. ábra

A reakciókat tartalmazó posztokon belül a tárgyra és az alanyra irányuló reakciók aránya



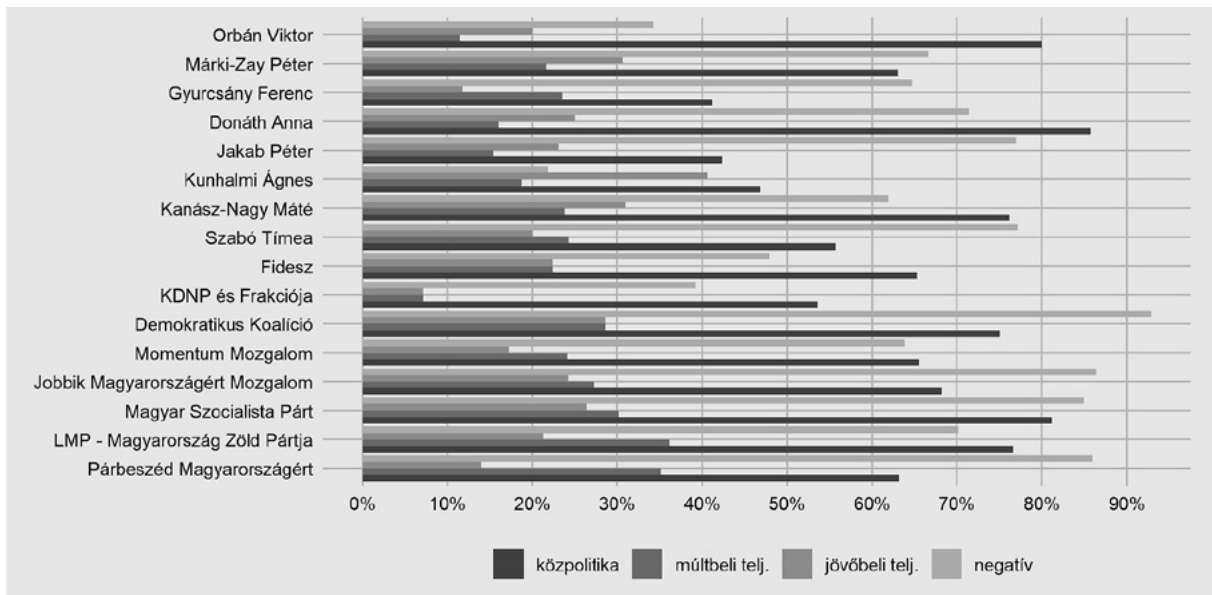
Bár az ábra szerint a politikusok kevésbé reagálnak egymás személyére, mint a másik álláspontjára, érdemes megkülönböztetni ezt a reakciótípust az ad hominem érveléstől. Az előbbit csak explicit reakciók esetében vizsgáltuk, ezért az ellenfél személyének bírálata akkor ritka, amikor kifejezetten az általa mondottakra reagál a politikai szereplő. Az ad hominem kifejezetten egy érvelési hiba, ami akkor történik, ha egy érvelés közben az adott politikus nem ellenfele álláspontját, hanem annak személyét támadja – ebben az esetben nem szükséges, hogy a személyes támadás konkrét reakció formáját vegye fel, a politikai ellenfél általánosságban is bírálható az érvelés részeként. Mindenesetre eredményeink alapján megállapítható, hogy a politikai szereplők viszonylag ritkán reagálnak egymásra a közösségi médián, de ha ezt megteszik, akkor inkább az álláspontot helyezik fókuszba a másik személye helyett.

Miről panaszkodnak a politikusok?

A 3. ábrán azt vizsgáltuk meg, hogy a Facebookon közzétett szubjektív véleményekben milyen arányban jelennek meg közpolitikával kapcsolatos bírálatok, múltbeli teljesítmények értékelései és jövőbeli prognózisok, valamint hogy ezek a vélemények mennyire negatívak. A pártok és a politikusok átlagosan a véleményt tartalmazó bejegyzések 66 százalékában fogalmaznak meg negatív véleményt. Az ellenzéki oldalak jóval negatívabbak a kormánypártiaknál, Orbán Viktor, a Fidesz és a KDNP szubjektív bejegyzéseinek kevesebb mint 50 százalékában található negatív vélemény, ezzel szemben a szakpolitikával kapcsolatos vélemények magasabb arányban jelennek meg. Az amúgy is sok véleményt közzé Donáth Anna és Kanász-Nagy Máté szintén túlnyomó részben szakpolitikákkal kapcsolatos álláspontokat fogalmaz meg. A táblázat alapján a legnegatívabb véleményen lévő politikai szereplő az online térben a Demokratikus Koalíció, de nem sokkal marad le tőle a Párbeszéd és az MSZP oldala sem.

Érdekes adat még, hogy a múltbeli és a jövőbeli teljesítmény értékelése mindegyik politikai oldalon ritkábban kap helyet. A múlttal és a jövővel kapcsolatban is átlagosan a szubjektív posztok 23 százalékában fejtik ki véleményüket a politikai szereplők.

3. ábra
A véleményt tartalmazó posztokon belül a közpolitikára, a kritikára, a múltbeli és a jövőbeli teljesítményre irányuló posztok aránya



Az előző két ábrából arra következtethetünk, hogy a politikusok személyi kérdések helyett az online térben szakpolitikákat vitatnak meg, erőteljes kritikai éllel. Azonban a véleménynyilvánítás csak az egyik részét képezi az álláspontok prezentálásának. Minden érvelés a konklúzióból és a premisszából tevődik össze, így azt is szükséges megvizsgálni, hogy a politikusok milyen érvekkel támasztják alá saját véleményüket, legyen az negatív vagy pozitív, szakpolitikára vagy személyre irányuló.

Fallációk mindenhol

Az első táblázat az érvelési hibák jelenlétét vizsgálja a politikai szereplők kommunikációjában. Harmadik kutatási kérdésünk arra irányult, hogy a politika szereplői milyen arányban alkalmaznak érvelési fallációkat az online térben véleményeik prezentálása során. Összességében a vizsgált fallációk alacsony mértékben vannak jelen a Facebook-bejegyzésekben. A leggyakoribbak a személy elleni érvelések, azaz az ad hominemek, amelyek az összes vizsgált bejegyzés 23 százalékában felbukkantak, majd ezt követi az érzelmekre apellálás, ahol a politikusok negatív érzelmekkel 10 százalékban, a pozitívakkal pedig 6 százalékban próbáltak hatni a választókra. Ezek az eredmények tehát azt mutatják, hogy ha az explicit reakciókban ritkább is a személyeskedés, azért általánosságban igencsak gyakran használt kommunikációs eszközről van szó. Az ad populum, vagyis a közvéleményre való hivatkozás és a csúszos lejtő érvelés 2–2 százalékban jelent meg a kampány alatt közzétett Facebook-posztokban, az általánosítást pedig mindössze ezek 0,7 százalékában alkalmazták a politikai szereplők. Az ábra alapján az ellenzéki oldalon jóval magasabb a fallációk száma, míg a kormánypártok és vezetők csupán egy helyen lépik át a 10 százalék feletti értéket (a Fidesz bejegyzéseiben 10 százalékában használ ad hominemet) – bár az 1. ábra alapján azt is tudjuk, hogy az ellenzéki oldalak általánosságban gyakrabban is fejtik ki szubjektív véleményüket, azaz több érveket tartalmazó posztjuk is van.

1. táblázat

Érvelési fallációk aránya a magyar pártvezetők és pártok Facebook-oldalainak bejegyzéseiben

oldal neve	ad hominem	pozitív érzelmi	negatív érzelmi	ad populum	általánosítás	csúszos lejtő	N
1 Orbán Viktor	4.9%	6.1%	1.8%	2.4%	0.0%	0.6%	164.00
2 Semjén Zsolt	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	29.00
3 Márki-Zay Péter	20.7%	6.7%	6.5%	1.6%	0.5%	2.1%	387.00
4 Gyurcsány Ferenc	17.6%	2.7%	8.1%	0.0%	1.4%	0.0%	74.00
5 Donáth Anna	34.2%	4.3%	9.4%	2.6%	0.0%	5.1%	117.00
6 Jakab Péter	17.9%	6.2%	8.7%	3.1%	1.5%	1.0%	195.00
7 Kunhalmi Ágnes	8.0%	13.6%	3.4%	1.1%	0.0%	2.3%	88.00
8 Kanász-Nagy Máté	19.6%	6.2%	14.4%	5.2%	1.0%	5.2%	97.00
9 Szabó Tímea	32.8%	10.0%	15.0%	1.7%	2.2%	0.6%	180.00
10 Fidesz	10.0%	6.5%	7.5%	1.8%	0.0%	1.1%	279.00
11 KDNP és Frakciója	8.7%	8.7%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	92.00
12 Demokratikus Koalíció	40.6%	4.7%	15.6%	4.7%	1.6%	4.7%	64.00
13 Momentum Mozgalom	31.7%	7.1%	16.7%	7.1%	0.0%	2.4%	126.00
14 Jobbik Magyarországért Mozgalom	53.3%	4.9%	20.5%	2.5%	0.8%	2.5%	122.00
15 Magyar Szocialista Párt	28.3%	3.4%	9.7%	2.8%	0.0%	2.8%	145.00
16 LMP Magyarország Zöld Pártja	22.0%	6.8%	8.5%	1.7%	0.8%	3.4%	118.00
17 Párbeszéd Magyarországért	40.0%	4.2%	13.3%	1.8%	1.2%	3.6%	165.00
18 Total	23.0%	6.3%	9.5%	2.3%	0.7%	2.1%	0.00

Az adatsorból feltűnően kimagaslik a Jobbik Magyarországért Mozgalom az ad hominemek tekintetében 53 százalékkal, azt követi a Demokratikus Koalíció 41 százalékkal, valamint a Párbeszéd Magyarországért 40 százalékkal. Donáth Anna (34 %) és Szabó Tímea (33 %) szintén gyakran használja a személyeskedő érvelési hibát. A Jobbik (21 %), a Momentum (17 %), a DK (16 %), valamint a Párbeszéd (13 %) a negatív érzelmekre apellálást is gyakran használja bejegyzéseiben, míg Kunhalmi Ágnes (14 %) és Szabó Tímea (10 %) a pozitív érzelmekre is hangsúlyt fektet, bár az utóbbi esetében szintén inkább a negatív érzések domináltak (15 %).

Az eredményeket összehasonlítva az első ábra adataival megállapítható, hogy a véleményközlések mértékével az érvelési hibák mennyisége is nő. Azok a pártok és vezetők, amelyek és akik gyakrabban nyilvánítanak véleményt, több fallációt is használnak a Facebookon. Ha a második ábrával hasonlítjuk össze az érvelési hibák táblázatát, akkor az derül ki, hogy egyes politikusok nagyobb arányban használnak ad hominemet érvelésükben, mint ahányszor a személyekre reagálnak. Ez az eltérés azért lehetséges, mert egyes bejegyzések nem minden alkalommal tartalmaztak reagálásokat konkrét véleményekre, hanem a szereplők saját álláspontjuk igazolására használják a személy elleni érvelési hibát. Az aránylag nagyobb arányban személyre reagáló posztokat produkáló politikusok, mint például Gyurcsány Ferenc, Kunhalmi Ágnes vagy Jakab Péter körében alacsony az ad hominemek száma, ám ez azzal is magyarázható, hogy reakcióik összességében alacsonyabbak a többi párt és vezetők megnyilvánulásaihoz képest.

Kevés a ténszerű hivatkozás

Harmadik kutatási kérdésünkben nemcsak arra voltunk kíváncsiak, hogy hogyan érvelnek a politikusok, hanem arra is, hogy mivel. A 2. táblázatban látható százalékpontok azt mutatják meg, hogy a pártok és vezetők milyen arányban hivatkoznak adatokra, szakértőkre, jogszabályokra, általános tudásra vagy egyedi esetekre érveléseik során. Az ábrából az látszik, hogy a politikusok viszonylag kevés esetben hoznak fel tényalapú forrásokat érveléseik alátámasztására, viszont az ellenzéki szereplők általánosságban gyakrabban igazolják állításait ilyenekkel, mint kormánypárti társaik. A leggyakoribb az egyedi esettel való példálózás volt, amelyet a Párbeszéd Magyarországért (22 %), a Jobbik Magyarországért Mozgalom (18 %) és Szabó Tímea (17 %) alkalmazott a legtöbbször, viszont Donáth Anna (12 %), a Demokratikus Koalíció (9 %) a Magyar Szocialista Párt (10 %) és a Momentum (10 %) is relatíve

gyakran használta a többiekhez képest. Adatokkal leggyakrabban az MSZP (14 %), Donáth Anna (12 %), az LMP (11 %), Kanász-Nagy Máté (9 %) és Szabó Tímea (8 %) érvelt.

2. táblázat
A különböző típusú tényeket alátámasztó források aránya
a magyar pártvezetők és pártok Facebook-oldalainak bejegyzéseiben

oldal neve	adatok	szakértők	jog	általános tudás	egyedi eset	N
1 Orbán Viktor	2.4%	0.0%	0.0%	1.2%	2.4%	164.00
2 Semjén Zsolt	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	29.00
3 Márki-Zay Péter	3.9%	1.0%	0.8%	0.5%	7.5%	387.00
4 Gyurcsány Ferenc	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	74.00
5 Donáth Anna	12.0%	4.3%	0.0%	2.6%	12.0%	117.00
6 Jakab Péter	0.5%	0.0%	0.5%	1.5%	6.2%	195.00
7 Kunhalmi Ágnes	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	5.7%	88.00
8 Kanász-Nagy Máté	9.3%	1.0%	0.0%	2.1%	7.2%	97.00
9 Szabó Tímea	8.3%	0.0%	0.6%	1.1%	16.7%	180.00
10 Fidesz	4.7%	0.4%	1.1%	1.4%	4.3%	279.00
11 KDNP és Frakciója	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	92.00
12 Demokratikus Koalíció	6.2%	0.0%	0.0%	3.1%	9.4%	64.00
13 Momentum Mozgalom	5.6%	1.6%	1.6%	0.8%	10.3%	126.00
14 Jobbik Magyarországért Mozgalom	5.7%	0.8%	0.8%	3.3%	18.0%	122.00
15 Magyar Szocialista Párt	13.8%	1.4%	0.7%	0.7%	10.3%	145.00
16 LMP Magyarország Zöld Pártja	11.0%	3.4%	4.2%	2.5%	7.6%	118.00
17 Párbeszéd Magyarországért	6.7%	0.0%	3.0%	1.2%	21.8%	165.00
18 Total	5.7%	0.8%	0.9%	1.3%	9.0%	0.00

Az első és a második táblázat összehasonlításából az látszik, hogy a pártok és vezetőik gyakrabban használnak érvelési hibákat, mint forrásokat véleményük alátámasztására, ám az utóbbit is azon szereplők alkalmazzák a leggyakrabban, akik eleve argumentatívan kommunikálnak az online nyilvánosságban. Bár az ellenzéki pártok és vezetőik gyakrabban hivatkoznak tényeket, több fallációt is használnak érveléseik során.

Összegzés

A kutatás eredményeiből érdekes kép rajzolódik ki a pártok és vezetőik Facebookon történő kommunikációjából. A tanulmány elején megfogalmazott első két kérdésünkben arra voltunk kíváncsiak, hogy a politikai vezetők nyilvánítanak-e véleményt különböző ügyekben, valamint reagálnak-e mások véleményeire. A választási kampányban a vizsgált posztok 35 százaléka tartalmazott valamilyen véleményt, a reakciók pedig csupán kevesebb mint 6 százalékát alkották a bejegyzéseknek. Ennek ellenére megállapíthatunk néhány jellegzetességet az online argumentációra vonatkozóan. A véleménynyilvánítások és a reakciók terén az ellenzéki pártok oldalai vezették a listát: nemcsak a kormánypárti politikusoknál és pártoknál voltak argumentatívabbak, hanem saját vezetőiket is sok esetben megelőzték a skálán. Ez egy tudatos kommunikációs stratégiáról is árulkodhat, amelyben a politikusok a pártok oldalain keresztül igyekeznek közvetíteni véleményüket és megszervezni a politika napirendjét,

míg saját oldalukon kevésbé argumentatívan tudnak kommunikálni a választókkal. Ezt támasztja alá az is, hogy a legfontosabb politikai vezetők – a két miniszterelnök-jelölt, valamint a két legnagyobb ellenzéki párt elnöke, Gyurcsány Ferenc és Jakab Péter – meglehetősen visszafogott volt mind a véleménynyilvánítás, mind a reakciók terén.

A másik fontos megfigyelés az, hogy a politika szereplői, még ha gyakran hibásan is, de az online térben is használnak érveket álláspontjuk igazolására. Az adatok alapján a legnagyobb arányban véleményt nyilvánító szereplők használnak ugyanis a leggyakrabban érvelési hibákat, vagy használnak hivatkozásokat bejegyzéseikben. Ez azt jelenti, hogy amikor szubjektív álláspontot közölnek, akkor is megérvelik mondanivalójukat, még ha a konklúzió és a premissza közti kapcsolat hibás is, vagy nincs tényekkel kellően alátámasztva. Ez alapján beszélhetünk egy, a Facebookon is jelen lévő bizonyítási kényszerről, viszont ez nem elégséges ahhoz, hogy az érvek plauzibilisek legyenek a pragmadialektika szempontjából. Az is lehetséges, hogy az adott politikus vagy párt stratégiaileg használ fallációkat, ahelyett, hogy adatsorokat vagy szakértőket idézne álláspontja alátámasztására, hiszen ez a Facebookon nagyobb retorikai hatást tud kiváltani a választókból.

A kutatásból az is kiderül, hogy amikor személyes véleményt közölnek a pártok és vezetőik, azok legtöbbször igen negatívak. Ez persze a leginkább az ellenzéki térféltre jellemző, az azonban általánosságban elmondható, hogy minden párt és pártvezető szeret közpolitikával kapcsolatban véleményt megfogalmazni. Szintén érdekes megfigyelés, hogy bár a politikusok személyére adott reakciók és az összes reagálás általánosságban elhanyagolható mértékben van jelen a vizsgált bejegyzésekben, mégis a leggyakoribb falláció a személy elleni érvelési hiba. Ebből arra következtethetünk, hogy a politikusok nem egymásra reagálnak az online térben, hanem pusztán saját álláspontjuk bizonyítására használják fel politikai ellenfeleik gyalázását.

A hagyományos vitamodellek felől vizsgálva a politikai elitek szintjén zajló Facebook-diskurzus vegyes képet mutat. A politikai szereplők alapvetően nagy arányban kommunikálják saját szubjektív véleményüket, ráadásul elsősorban közpolitikai témában, főként kritikus éllel. Érvelési hibák azonban jelen vannak ezekben a véleményekben. A leginkább az *ad hominem* érvelés jellemzi a magyar politikai diskurzust, az állítások igazolására pedig sokkal inkább egyedi jelenségeket használnak fel a politikai szereplők, semmint tényalapú forrásokat. A többi megkülönböztetett érvelési hiba azonban meglehetősen ritka. Lényeges korlát azonban, hogy e szubjektív vélemények között kevés a párbeszéd, a politikai szereplők meglehetősen ritkán reagálnak egymás kijelentéseire. Ha viszont ezt megteszik, akkor a szubsztantív, a tartalmat érő, elsősorban kritikai reakció a jellemző, nem pedig a diskurzust egyébként meghatározó személyeskedés. Fontos azt is megjegyezni, hogy bár az általános mintázatokban sok hasonlóság látszik a politikai szereplők között, a mérték tekintetében azért jelentős különbségek is megfigyelhetők. Az ellenzéki politikai oldalak általánosságban argumentatívabb-reaktívabb, ugyanakkor több érvelési hibát is tartalmazó Facebook-kommunikációt folytatnak, mint a kormánypárti oldalak – bár az eredmények számos kivételre is rávilágítanak ebből a szempontból. Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a hagyományos vitamodellek perspektívájából a legnagyobb hiányosság a reakciók alacsony és az *ad hominem* érvelések túl magas aránya – ha ezeken a területeken változás menne végbe, akkor a Facebook, ha korlátozottan is, de alkalmas terepet biztosítana a politikai-közéleti viták politikai elitek közötti lefolytatására.

Irodalom

Bajomi-Lázár Péter (2020): *A patrónusi-kliensi médiarendszer – Magyarország 2010–2018*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Bene Márton (2020): *Virális politika. Politikai kommunikáció a Facebookon*. Budapest: L'Harmattan.

Blassnig, Sina, Büchel, Florin, Ernst, Nicole & Sven Engesser (2018): Populism and Informal Fallacies: An Analysis of Right-Wing Populist Rhetoric in Election Campaigns. *Argumentation* vol. 33, pp. 107–136, <https://doi.org/10.1007/s10503-018-9461-2>.

Bódi Jenő, Polyák Gábor & Urbán Ágnes (2022): Az álhír fogalmának átalakulása a közszolgálati híradóban. *Médiakutató*, 23. évf. 1. sz. 7–26 o.

Bronstein, Jenny (2013): Like me! Analyzing the 2012 Presidential Candidates' Facebook Pages". *Online Information Review*, vol. 37, no. 2, pp. 173–192, 10.1108/OIR-01-2013-0002.

- Eemeren, Frans H. van (2010): *Strategic Maneuvering in Argumentative Discourse*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins, <http://dx.doi.org/10.1075/aic.2>.
- Eemeren, Frans H. van & Wu Peng (2017): *Contextualizing Pragma-Dialectics, Argumentation in Context*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Eemeren, Frans H. van, Francisca, Arnolda, Henkemans, Snoek & Rob Grootendorst (2002): *Argumentation Analysis, Evaluation, Presentation*. New York: Routledge.
- Eemeren, Frans H. van & Rob Grootendorst (1984): Speech Acts in Argumentative Discussions: A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed Towards Solving Conflicts of Opinion. *Studies of Argumentation in Pragmatics and Discourse Analysis*. vol. 1, <https://doi.org/10.1515/9783110846089>.
- Farkas Xénia & Bene Márton (2021): Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *International Journal of Press/Politics*, vol. 26, no. 2, pp. 119–142, <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>.
- Farkas Xénia & Szabó Gabriella (2021): Libernyákok és OIG. Modortalanság a politikai kommunikációban. *Politikatudományi Szemle*, 30. évf. 1. sz. 60–81. o., <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2021.1.60>.
- Francisca, Arnolda & Snoeck Henkemans (1997): *Analysing Complex Argumentation: The Reconstruction of Multiple and Coordinatively Compound Argumentation in a Critical Discussion* (2nd ed.). Amsterdam: SicSat.
- Gerodimos, Roman & Jákup Justinussen (2015): Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of The Like Button. *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 12, no. 2, pp. 113–132, <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>.
- Graham, Todd, Broersma, Marcel, Hazelhoff, Karin & Guido van't Haar (2013): Between Broadcasting Political Messages and Interacting With Voters: The Use of Twitter During The 2010 UK General Election Campaign. *Information, Communication & Society*, vol. 16, no. 5, pp. 692–716, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.785581>.
- Heiss, Raffael, Schmuck, Desiree & Jörg Matthes (2019): What Drives Interaction in Political Actors' Facebook Posts? Profile and Content Predictors of User Engagement and Political Actors' Reactions. *Information, Communication & Society*, vol. 22, no. 10, pp. 1497–1513, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1445273>.
- Hemsley, Jeff, Stromer-Galley, Jennifer, Semaan, Bryan & Sikana Tanupabrungsun (2018): Tweeting to the Target: Candidates' Use of Strategic Messages and @Mentions on Twitter. *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 15, no. 1, pp. 3–18, <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1338634>.
- Jackson, Nigel & Darren Lilleker (2011): Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the use of Twitter. *The Journal of Legislative Studies*, vol. 17, no. 1, pp. 86–105, <https://doi.org/10.1080/13572334.2011.545181>.
- Körösényi András, Illés Gábor & Gyulai Attila (2020): *Az Orbán-rezsim – A plebiszciter vezérdemokrácia elmélete és gyakorlata*. Budapest: Osiris Kiadó és Szolgáltató Kft.
- Patkós Veronika (2019): *Szekértáborharc: eredmények a politikai megosztottság okairól és következményeiről*. Budapest: MTA TK & Napvilág Kiadó.
- Rinke, Eike Mark (2016): The Impact of Sound-Bite Journalism. *Journal of Communication*, vol. 66, no. 4, pp. 625–645, <https://doi.org/10.1111/jcom.12246>.
- Samuel-Azran, Tal, Yarchi, Moran & Dadi Wolfsfeld (2015): Aristotelian Rhetoric and Facebook Success in Israel's 2013 Election Campaign. *Online Information Review*, vol. 39, no. 2, pp. 149–162, <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2014-0279>.
- Schlett István (2018): *A politikai gondolkodás története Magyarországon 1*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Szabó Márton (2003): *A diszkurzív politikatudomány alapjai. Elméletek és elemzések*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Vaccari, Cristian & Augusto Valeriani (2021): *Outside the Bubble. Social Media and Political Participation in Western Democracies*. New York: Oxford University Press.
- Walton, Douglas (1995): *A Pragmatic Theory of Fallacy. Studies in Rhetoric and Communication*. Alabama: University of Alabama Press.

Walton, Douglas (2008): *Informal Logic: A Pragmatic Approach*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.

Zurloni, Valentino & Luigi Anolli (2010): Fallacies as Argumentative Devices in Political Debates. In: Poggi, Isabella, D'Errico, Francesca, Vincze, Laura & Alessandro Vinciarelli (eds.): *Multimodal Communication in Political Speech. Shaping Minds and Social Action*, pp. 245–257. Lecture Notes in Computer Science, vol. 7688. Berlin, Heidelberg: Springer, 10.1007/978-3-642-41545-6_18.

Juhász Vanessza az ELTE Állam- és Jogtudományi Kara Politikatudományi Doktori Iskolájának doktorandusza. Kutatási területe a politikai érvelés és vitakultúra. A Bibó István Szakkollégium nevelőtanára. Alapszakos tanulmányait az ELTE ÁJK Politológia szakán végezte, mesterdiplomáját pedig a Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem Kommunikáció- és Médiatudomány szakán szerezte. Email: juhaszvanessza96@gmail.com

Bene Márton a Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézetének tudományos főmunkatársa és az ELTE ÁJK egyetemi adjunktusa. Kutatásai politikai kommunikációval, politikai viselkedéssel és a közösségi média politikai hatásaival foglalkoznak. Email: bene.marton@tk.hu

Benczes Réka – Szabó Lilla Petronella – Virág Ágnes

It's showtime: A POLITIKA SHOWMŰSOR metafora a Fidesz 2022-es választási kampányában

A kognitív nyelvészet fogalmi metaforaelmélete szerint az elvontabb fogalmakat gyakran konkrétabb fogalmakon keresztül értelmezzük. Ilyen elvont fogalom a POLITIKA, amely az amerikai kultúrában a 20. század második felétől a SHOWMŰSOR fogalomkészletén keresztül is megjelent. A POLITIKA SHOWMŰSOR metafora például a politikusokat a showműsor szereplőiként, a választókat pedig a műsor nézőiként jeleníti meg. E metaforikus értelmezés kapcsán nem állapítható meg negatív értékítélet. A politika showműsorként való értelmezése megjelent a magyar politikai diskurzusban is, mégpedig a legutóbbi, 2022-es országgyűlési választási kampányban, a *Gyurcsány Show* című kampányvideóban. A videó a politikát bukott műsorként értelmezi, tehát a metaforikus értelmezés kapcsán negatív értékítéletet tartalmaz. Tanulmányunkban arra a kérdésre keresünk választ, hogy az amerikai kontextusban a politikát showműsorként ábrázoló metafora miképpen vált egyértelműen negatívvá a kortárs magyar viszonyokra adaptálva.

Kulcsszavak: Fidesz, fogalmi integráció, fogalmi metafora, Magyarország, negatív kampány, politikai diskurzus

It's showtime: THE POLITICS IS A SHOW metaphor in the 2022 election campaign of Fidesz

According to the conceptual metaphor theory of the cognitive linguistic enterprise, we often interpret more abstract concepts in terms of more concrete concepts. POLITICS is such an abstract concept, which appeared via the concept of SHOW in American culture in the second half of the 20th century. The POLITICS IS A SHOW metaphor depicts politicians as the characters of a show, while voters appear as the viewers of the show. This metaphorical interpretation does not carry negative judgement. The POLITICS IS A SHOW metaphor appeared in the Hungarian political discourse during the 2022 legislative election campaign in a video entitled *Gyurcsány Show*. The video interprets politics as a failed show; hence, a negative value judgement can be attributed to the advertisement. Our study explores how the metaphor conceptualising POLITICS AS A SHOW (which does not necessarily carry a negative meaning in the American context) has been adapted to contemporary Hungarian politics and how it has acquired an evidently negative meaning in the Hungarian context.

Key words: conceptual blending, conceptual metaphor, Fidesz, Hungary, negative campaign, political discourse

1. Bevezetés

2022. április 3-án került sor a magyarországi országgyűlési választásokra, amelyen két jelentősebb politikai erő szállt szembe egymással: egyrészt a kormánypart (a Fidesz–KDNP-pártszövetség), másrészt a közbeszédben „ellenzéki összefogásként” nevezett Egységben Magyarországért pártszövetség.

A kormánypart a politikai kampány részeként már az előválasztást megelőzően, 2021 őszén a 2004 és 2009 közötti miniszterelnökről, Gyurcsány Ferencről¹ elnevezett *Gyurcsány Show* című animációs sorozattal jelentkezett,² amely huszonnegy rövid, átlagosan fél perces videóból állt. Összességében a *Gyurcsány Show* című kampányvideó három különböző műfajt – a reklámot, a televíziós sorozatot és a talkshow-t – ötvözi: egy olyan sorozatot reklámoz, amelyben az ellenzéki pártszövetség politikája showműsorként jelenik meg. „Ezt a műsort már láttuk egyszer, a története rémes. ... A műsort törölték, amikor népszerűsége bezuhant. ... Ne adjunk ennek a bukott műsornak még egy esélyt” – mondja a narrátor, aki a reklám keretében mutatja be a sorozat producerét (Soros Györgyöt) és a sorozatszereplőket, köztük a főszereplőt (Gyurcsány Ferencet), annak feleségét (Dobrev Klárát), a barátját (Karácsony Gergelyt) és az ellenségét (Jakab Pétert). A sorozat szereplői tehát a magyar politikai élet, pontosabban az Egységben Magyarországért pártszövetség ismert politikusai. A *Gyurcsány Show*-ban a reklám műfajára épít a hirdetésjellegű forma, a televíziós sorozat a hirdetett terméként szerepel, míg a talkshow-kat a politikai szereplők, a politikai téma miatt idézhetjük fel.

Fontos kiemelni, hogy kampányvideóról van szó, amely a reklám bőrébe bújlik, de valójában „antireklámként” működik, hiszen nem arra buzdít, hogy a potenciális nézők kövessék az (újra) induló sorozatot, hanem éppen arra, hogy negligálják azt. A narrátor a reklámozott műsort és annak szereplőit is negatív jelzőkkel minősíti, például „bukott műsor”-ról, „balfék haver”-ról beszél. A *Gyurcsány Show* kampányvideó célja tehát egyes politikai szereplők negatív kritikája.

A politika és a szórakoztató műsorok (például az ókori cirkusz, a színház, a rádiókabaré, a showműsor) kapcsolata kettős. A szórakoztató műsor tartalma lehet politikai, emellett az is előfordulhat, hogy a politikát absztrakt módon szórakoztató műsorként képzeljük el. Az első esetben a szórakoztató műsor (az adott korszak trendjének megfelelő médiumban) könnyed, mulattató módon beszélhet a politikáról, ugyanakkor pellengérré is állíthatja annak szereplőit. A szórakoztató műsorok tehát nem feltétlenül fogalmazznak meg negatív kritikát a politikával és annak szereplőivel kapcsolatban, de nem is zárják ki azt.

A rádiós és televíziós talkshow mint műfaj az 1950-es években jelent meg az Egyesült Államokban; ekkor egy műsorvezető és egy közszereplő beszélgetésén alapult (Molek-Kozakowska 2013: 325). Azt az érzést keltette a hallgatóban/nézőben, hogy a közszereplő valódi énjét ismerheti meg a beszélgetésen keresztül. Ez valójában azon a kettősségen alapult, amelyet egyrésztől meghatároz az intimitás, másrésztől pedig a tömegmédiát látványosságot kereső igénye (Garcés-Conejos Blitvich et al. 2010: 695). Császi Lajos (2008) a talkshow-k változatos profiljára hívja fel a figyelmet, amikor megkülönböztet szórakoztató, segítő szándékú, provokatív és empatikus jellegű talkshow-kat. A talkshow-k 1992 óta (amikor Ross Perot a CNN-en futó *Larry King Live* show-ban jelentette be, hogy elnökjelöltként indul) a politikai kampányok részévé váltak. Ma már elképzelhetetlen az, hogy a politikások ne jelenjenek meg késő esti politikai talkshow-kban. A talkshow-k és a politikai reklámok mára háttérbe szorították a híreket és a szakmai vitaműsorokat a nézettségi listákon (Molek-Kozakowska 2013: 325). Sőt egy 2004-es, majd egy 2008-as felmérés (Pew Research Center 2004 & 2008) azt is kimutatta, hogy a fiatal generáció (vagyis a 18 és 29 év közöttiek) jelentős része innen szerez politikai információt, és az alapján teszi le a voksát (Molek-Kozakowska 2013: 326).

A mai politikai talkshow-k a tudatos közéletet élő politikus alakjára építenek, és olyan fogalmakkal operálnak, mint a felfedezés, a satíra és a promóció (Garcés-Conejos Blitvich et al. 2010: 696), és hangsúlyozzák azt,

1 Gyurcsány Ferenc a 2022-es országos választáson nem volt miniszterelnökjelölt. 2004 és 2009 között töltött be miniszterelnöki tisztséget a baloldali Magyar Szocialista Párt színeiben. 2011-től a Demokratikus Koalíció párt elnöke, amely a 2022-es országos választáson az Egységben Magyarországért pártszövetség tagjaként szerepelt.

2 A videósorozat itt tekinthető meg: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLug6sRYwjsYnsZNLyQYK1pBddUQj2NiQj>.

hogy a talkshow-kban a drámákhoz és filmekhez hasonlóan konkrét forgatókönyvek vannak, amelyekben mindenki eljátssza a maga szerepét (a spontán, előre megjósolhatatlan végkimenetel nem túlságosan reális elképzelés). A talkshow-k is változtak az idők során, a kezdeti barátságos hangnemet felváltotta az erősen konfrontatív jelleg. A népszerű talkshow-k között olyan példákat említhetünk, mint a *The Daily Show*, *Saturday Night Live* és a *Last Week Tonight with John Oliver* (Császi 2008). Michael Kunczik (2001: 19) szerint a politika mediatisálódása (tehát például a showműsorokban való megjelenése) ahhoz vezet, hogy „a politika szórakoztatóiparrá degradálódik” azáltal, hogy a hangsúlyt eltolja a politikai problémákról, érvekről és megoldásokról a stílus és a személyek irányába. Ez az eltolódás közönyössé teheti az értelmiséget, ami a demokratikus működést is akadályozza (Kunczik 2001: 19).

Magyarországon a *show* (műsor) kifejezés a televízió médiumának vonatkozásában valószínűleg az elsősorban beszélgetős – nem politikai tartalmú – műsorokhoz kapcsolódhat, például *Telefere* (műsorvezető: Vitray Tamás, 1980-as évek), *Friderikusz Show* (műsorvezető: Friderikusz Sándor, 1990–1997), *Esti Showder Fábry Sándorral* (műsorvezető: Fábry Sándor, 1998–2011). Császi (2008) szerint Magyarországon a talkshow-k megítélése az értelmiség szemében negatív: exhibicionistának, kukucskálónak, kulturális értéket nélkülözőnek tekintik. A sztárshow-k (Császi 2008) mellett megjelentek a hétköznapi embereket felvonultató délutáni showműsorok is (például *Mónika Show*, műsorvezető: Erdélyi Mónika, 2001–2010). Ezekben a hétköznapi életből ismert alakok beszélnek vulgáris vagy tabukat érintő témákról; e showműsorok a szélsőséges emberi megnyilvánulásokra (mint például az agresszió) építenek. Magyar közegben az ilyen típusú műsorok megítélése szintén negatív, a középosztály „alpári dolognak”, „olcsó látványosságnak tartja” (Császi 2008: 28). Mára nálunk is egyre több politikai tartalmú showműsor érhető el (például az *Egyenes beszéd*, a *Lapzárta*, az *Angard* vagy a *Csörte*). Ezek jellemzésére és megítélésére vonatkozó kutatás tudomásunk szerint még nem született.

A második esetben a politika és a szórakoztató műsor nemcsak tartalom és forma viszonyában jelenhet meg, hanem mintegy metaforikus módon is, amennyiben a két fogalom megfeleltethető egymásnak (erről részletesen a 2.2. fejezetben írunk). Kövecses Zoltán (2005: 187) szerint az amerikai kultúra az élet³ fogalmát – és annak egyes területeit, így a politikát is – szívesen értelmezi szórakozásként, specifikusabban showműsorként. Ennek oka lehet az is, hogy a XX. században előtérbe került a tömegkultúra, így az amerikai filmgyártás, a rádiózás és a televízió (Kövecses 2005: 186). Kövecses példaként említi a politikai választási kampányt, amely során a jelöltek sztárokként, az előválasztások *casting*ként, a kampányok meghallgatásként, maga a politikai választás a főszereplő kiválasztásaként, míg a kampány irányítói forgatókönyvírókként és rendezőkként ragadhatók meg (Kövecses 2005: 187).

Tanulmányunkban azt vizsgáljuk, miként adaptálta a Fidesz a 2022-es választási kampányában a SHOWMŰSOR fogalmát az ellenzéki összefogásra, és miként válhatott a SHOWMŰSOR ebben a kontextusban a negatív kampány részévé. Bemutatjuk, hogy a metafora megértéséhez a dinamikus jelentésképzés, azaz a nyelvi szimbólumok kontextusfüggő értelmezése (Tátrai 2011) vezethet el. A POLITIKA SHOWMŰSOR metafora megjelenését a magyar politikai kommunikáció kontextusában a kognitív nyelvészet eszköztárával elemezzük a *Gyurcsány Show* első epizódján keresztül.⁴

A dolgozat felépítése a következő: a bevezetést követően a második fejezet a negatív kampány fogalmát tisztázza, illetve az elemzett kampányt a negatív kampányok tükrében kontextualizálja. Ezt követően a harmadik egységben ismertetjük, hogy a kognitív nyelvészet fogalmi metaforaelmélete miképpen értelmezi a politikát a SHOWMŰSOR fogalomkészletének segítségével. A negyedik alfejezet a fogalmi integrációt mutatja be, amelyet a diszkusszió (ötödik fejezet) követ. Az utolsó, hatodik fejezetben összegezzük a dolgozat eredményeit.

3 A kognitív nyelvészeti konvencióknak megfelelően a fogalmi metaforákat (A POLITIKA SHOWMŰSOR) és az azokat felépítő fogalmi tartományokat (POLITIKA ÉS SHOWMŰSOR) kiskapitális betűkkel jelöljük (Kövecses 2010).

4 Gyurcsány Show 1. rész: A Gyurcsány Show <https://www.youtube.com/watch?v=Bc9ELjHIyy0&list=PLug6sRYwjsYnsZNLyQYk1pBddUQj2NiQj&index=1>.

2. A negatív kampány

A negatív kampány mindig is része volt a politikai választásoknak (Nábelek 2014: 93), okai, jellemzői, hatásának megítélése az egyes kutatások szerint (például Patkós & Papp 2021: 4) országonként, sőt választásonként is változó lehet.

Mi a negatív kampány és milyen hatásait ismerjük? A negatív kampányok célja, hogy negatív módon jelenítsék meg a politikai ellenfelet, annak szemléletét vagy eredményeit (Patkós & Papp 2021: 2). A negatív kampányok valódi szándéka a negatív kampányt indító „jelölt imázsának felépítése és a rivális imázsának lebontása” (Nábelek 2014: 93), vagyis a negatív kampányt létrehozó politikai erő azáltal is erősebbnek tűnik, hogy a politikai ellenfelét negatív színben tünteti fel. A negatív üzenetek megfogalmazásának egyik módja a riválissal szembeni félelemkeltés, a bizonytalan jövő felvillantása vagy a lehetséges negatív következmények hangsúlyozása (Nábelek 2014: 95).

A negatív kampányok esetében bevett stratégia a politikai ellenfélhez kapcsolódó múltbeli események kritikus szemlélete. Maga a kampány azt vetíti előre, hogy ha az ellenfél nyerne, az bizony a jövőben is súlyos következményekkel járna, hiszen az ellenfél a múltbeli tapasztalatok alapján alkalmatlan a kormányzásra (Nábelek 2014: 99). A Magyar Demokrata Fórum (MDF) például az 1994-es kampányában ez utóbbi stratégiát alkalmazta, amikor azt fogalmazta meg, hogy „a régi emberek visszatérnek”, ami a kommunista rendszerre való visszatéréssel, alkotmányos diktatúrával és a nyugati világtól való elszakadással fenyeget (Nábelek 2014: 101).

A magyarországi kampánykommunikációra vonatkozó vizsgálatok (Kapitány & Kapitány 2003, Nábelek 2014) kimutatták, hogy a negativitás a rendszerváltás óta nőtt a politikai kampányokban.⁵ Mihályffy Zsuzsanna (2009) szerint a politika professzionalizálódásának⁶ köszönhető a fokozódó negatív tendencia. Nábelek Fruzsina (2014) kutatása szerint a pártrendszer koncentrálódása, a perszonalizálódás⁷ folyamata, a hatásosabb politikai marketing mind hozzájárult ahhoz, hogy a magyarországi választásokon növekedett a negatív kampány szerepe, és intenzívebbek lettek az egyes politikusok személye elleni támadások. Ez a növekedés azonban nem mondható egyenletesnek, és a kritika tárgya is változó.⁸ 2014-ben a baloldal erős negatív kampányt folytatott (a negatív üzenetek száma a kampány során 2010-hez képest a kétszeresére nőtt). A kampányban a baloldali pártok támadták a kormányintézkedéseket (például a „rezsicsökkentést”) és Orbán Viktor miniszterelnök személyét (például „birodalomépítőként” nevezték meg) (Nábelek 2014: 103). Ez a negatív kampány azért is volt kiemelkedő, mert megalapozta azokat a témákat, amelyekre a Fidesz már ugyanazon évben (2014-ben) pozitív kampányt („Folytatjuk.”), majd 2021 májusától (*Gyurcsány Show*) negatív kampányt épített fel. Nem mellesleg a Fidesz 2014-es negatív kampánya (a *Gyurcsány Show*-hoz hasonlóan) Gyurcsány Ferenc személyével fenyegetett, amennyiben „Gyurcsány-koalíció”-nak hívta a baloldali összefogás pártjait (Nábelek 2014: 104).

Miért beszélhetünk a *Gyurcsány Show* kapcsán negatív kampányról? A kormánypárt reklámfilmje negatív módon, például a már említett negatív jelzőkkel („bukott műsor”, „balfék haver”) mutatja be a vele versengő

5 Patkós Veronika és Papp Zsófia (2021: 18) empirikus vizsgálata viszont arra hívja fel a figyelmet, hogy ha a konkrét választási kampányokat adott országokban tanulmányozzuk, akkor megfigyelhető a negatív kampányok csökkenése is egyes időszakokban, például Magyarországon 2006-hoz képest 2010-ben jóval kevesebb negatív kampányhasználat volt jellemző.

6 Magyarországon különösen a 2000-es évektől kezdve vált megfigyelhetővé az, hogy a politikai pártok és pártszövetségek elkezdtek alkalmazni a modern kampánytechnikákat, amelyeknek fontos részük volt a negatív kampány. Ez azt is jelentette, hogy megnövekedett a nyilatkozatok és az ellennyilatkozatok, valamint a kampányüzenetek száma, emellett a politikusok országjáró körutakra indultak. Összességében tudatosabb, erőteljesebb kommunikáció valósult meg a politikusok és a választók között (Nábelek 2014: 101).

7 Általánosságban a politikai perszonalizáció a politikusok személyének térnyerését jelenti (szemben a politikai kollektívákkal, például pártokkal); a perszonalizált politikai kommunikáció egyik következménye, hogy a politikusok a szakmai és a privát szférájukba is betekintést nyújtanak (Szabó 2022). A perszonalizáció a kampányok során is megmutatkozik a politikai aktorok személyiségjegyeinek felértékelődéseként, ami például a személyes támadások számának növekedéséből válik láthatóvá (Nábelek 2014: 102).

8 2010-ben a Fidesz jelentős előnnyel rendelkezett, így jóval kevésbé alkalmazott negatív kampányt (Nábelek 2014: 103).

politikai térfél egyes szereplőit a 2022-es országos választásokat megelőző időszakban, amikor is a konszenzuális demokrácia hiánya, a pártok tömbösödése és nagyfokú politikai polarizáció jellemzi a magyar politikai életet. Az első két tényező pedig nagyban kedvez a negatív kampányoknak. Teszi ezt egy olyan műfaj megidézésével, mint a showműsor, amelynek a magyar közgondolkodásban negatív a megítélése (Császi 2008).

A reklámfilm felidézi elsősorban az exminiszterelnök Gyurcsány Ferenc regnálásának negatív, egyébként (világ) gazdasági eseményeit („munkanélküliség”, „reziárak az egekben”, „eladósodott ország”), amelyeket vizuálisan számlákkal, kimutatásokkal, animált grafikonnal hitelesíteni szándékozik. A kampányfilm az exminiszterelnök és a gazdasági események között közvetlen ok-okozati viszonyt állít fel, a korszakot mintegy lezártnak tekinti, az említett gazdasági események 2010 utáni állapotával nem foglalkozik, majd a lezárt, negatívan lefestett időperiódust kivetíti a jövőre, felvillantva ezzel annak veszélyét, hogy mindez megismétlődhet, és egy hitelét vesztett, alkalmatlannak bizonyult kormányzati konstelláció esetleg visszatérhet, hogy elkövesse ugyanazokat a hibákat. Másrészt a reklámfilm a főszereplőként bemutatott exminiszterelnök feltételezett kapcsolati hálójának megalkotásával olyan politikai szövetséget kreál, amelyben a Soros György által menedzselte Gyurcsány Ferenc köré szerveződnek a politikai aktorok és események. Mindez azt vetíti előre, hogy bármi is történjen az ellenzéki előválasztás során, annak hátterében ez a két szereplő áll (az ellenzéki összefogás valódi miniszterelnökjelöltje, Márki-Zay Péter sem vizuálisan, sem említés szintjén nem jelenik meg, hiszen a kampányfilm megelőzte az előválasztásokat, így az ő miniszterelnöki jelöltsége még nem volt tudható). Ami a negatív kampányban megvalósul, az a riválissal szembeni félelemkeltés, a rivális imázsának lebontása, valamint az ellenfélhez kapcsolódó bizonytalan jövő felvillantása. A kampánystratégia mögött több, egymástól eltérő motiváció jelenhet meg: az ellenfél nevétségessé tétele, valós félelem a rivális esetleges sikerétől vagy túlzott magabiztosság (nevezetesen a bumeránghatás negligálása).

A továbbiakban arra mutatunk rá, hogy a *Gyurcsány Show*-ban a negatív kampány részeként is megjelenő, a politika showműsorként való metaforikus értelmezése az amerikai közegben általában nem negatív, európai történeti vonatkozásaiban (A POLITIKA SZÓRAKOZÁS) viszont hozzátartozik a kritikai kultúrához.

3. A POLITIKA SHOWMŰSOR fogalmi metafora

A politikai diskurzusban is megjelenik a metaforikus nyelvezet, ami nemcsak érdekesebbé teszi a nyelvhasználatot, hanem politikai kontextusban ideológiai célokat is szolgál azáltal, hogy ösztönös érzelmi asszociációkat hív elő, valamint hozzájárul a mítoszteremtéshez, az igaznak beállított történet megalkotásához (mégpedig az erkölcsi hitelesség, az ethosz segítségével) (Charteris-Black 2011: 28). A politikai kampányok során a különböző médiumokban (például elnöki beszédekben, sajtóban, politikai karikatúrákban) felbukkanó metaforákat régóta nagy érdeklődés övezi (Edwards 1988, Duman & Locher 2008, Falk 2013).

A kognitív nyelvészet szerint az úgynevezett „fogalmi metafora” elindít egy olyan konceptuális folyamatot, amely során egy absztrakt, „nehezen megragadható fogalmat” – a céltartományt – próbáljuk meg értelmezni egy konkrétabb fogalomra – a forrástartományon – keresztül (Kövecses & Benczes 2010: 80). Mindez úgy történik, hogy a konkrét fogalom egyes jellemzőit az absztrakt fogalomra vonatkoztatjuk, úgynevezett „megfelelések” útján. A politikai kampányt például értelmezhetjük küzdelemként, A POLITIKAI KAMPÁNY KÜZDELEM fogalmi metafora által.⁹ A fogalmi metafora forrás- és céltartománya közti megfeleléseket az 1. táblázat mutatja be.¹⁰

9 A politikai kampányoknak gyakori forrástartománya a KÜZDELEM, csakúgy, mint annak egyik specifikus formája, a SPORT. Valószínűleg azért, mert a politikai kampányokhoz hasonlóan mindezekben adott a minimum két ellenfél jelenléte és az egymással való versengés folyamata.

10 A táblázat bal oldali oszlopa a forrástartomány elemeit, míg a jobb oldalon lévő oszlop a céltartomány elemeit mutatja be.

1. táblázat

A POLITIKAI KAMPÁNY KÜZDELEM fogalmi metafora megfelelései

KÜZDELEM		POLITIKAI KAMPÁNY
küzdő felek	→	politikusok
háborús stratégia	→	kampánystratégia
küzdelemben használt fegyverek	→	politikai beszédek, viták, kampányüzenetek
ellenfél legyőzése	→	választás megnyerése

Amint az 1. táblázat is bemutatja, a harcokban küzdő ellenfelek az egymás ellen induló politikusoknak feleltethetők meg. A kampánystratégia a háborús stratégia forrásból merít, ennek megfelelően a kampányok során mondott politikai beszédek, viták és a kampányüzenetek a harcok során felhasznált fegyvereknek felelnek meg. A választási győzelem végezetül a háborús ellenfél legyőzésének feleltethető meg. A POLITIKAI KAMPÁNY KÜZDELEM metafora a nyelvhasználatban olyan kifejezésekben jelenik meg, mint „választási győzelmet arat”, „választási küzdelem” vagy „plakátháború”.

A SHOWMŰSOR forrástartomány egy általánosabb forrástartomány, mégpedig a szórakozás egyik specifikus esete. Mi mondható el amerikai és európai vonatkozásban az általánosabb SZÓRAKOZÁS metaforikus forrástartományról? Feltehetően az új médium, a televízió megjelenésének és elterjedésének köszönhetően az 1980-as évekre a SHOWMŰSOR mint metaforikus forrástartomány az amerikai közélet meghatározó viszonyítási pontja lett. Neil Postman (1985) szerint a showbiznisz korában az amerikai lelkületet gyakran azonosították a szórakozással (például Las Vegas-szal), de maga a politika, a vallás és a hírek is a szórakozás különböző formáiként értelmeződtek. Ugyanebben az időszakban a politikai kampányok gyakorlatilag kereskedelmi reklámokként működtek (Postman 1985: 126), és szórakoztató formájuk miatt egyszerűen nem tűntek propagandának.

A SZÓRAKOZÁS metaforikus forrástartomány (amelynek egyik speciális esete a SHOWMŰSOR) még a 2000-es évek elején is népszerű volt, ez manifesztálódott AZ ÉLET SZÓRAKOZÁS (és aletei AZ ÉLET JÁTÉK, AZ ÉLET SHOWMŰSOR stb.) fogalmi metaforában. Az amerikai kultúra e központi szerepet játszó metaforája visszavezethető a 20. század fogyasztói kultúrájára (Kövecses 2006). Az ÉLET egyebek között szórakozásként való felfogása egy cselekvésorientált, individualista, az aktor által kontrollált, többnyire sikerorientált és inkább extrovertált életvezetési elképzelést sejtet.¹¹ Az amerikai kultúrában a SZÓRAKOZÁS, így a SHOWMŰSOR metaforikus forrástartomány is könnyedén alkalmazható lett az életre és annak egyes területeire, egyebek között a politikára is. Fontos azonban látnunk, hogy mindezek a metaforák nem vonnak maguk után negatív értelmezéseket.

Európai történeti megközelítésben elmondható, hogy a politikát már a római császárok is összekapcsolták a szórakoztatással; erre utal Nérorómai császár elhíresült mondata, a „kenyeret és cirkuszt a népnek”. A CIRKUSZ metaforák megjelentek a magyar politikai karikatúrákban is (1989 után), és kétféle módon élnek tovább. Egyrészt a politikusok alkalmatlanságát hivatottak bemutatni (amikor a politikus bohócként szerepel), másrészt a hatalmával visszaélő politikus képét tárják az olvasók elé (amikor a politikus mintegy császárként halálos ítéletet ró politikai ellenfelére) (Virág 2021). Az ugyancsak a SZÓRAKOZÁS körébe tartozó SZÍNHÁZ metaforikus forrástartomány XIX. századi virágzására hívta fel a figyelmet David Blackbourn (1987), aki számos példával támasztotta alá, hogy a politika mint színelőadás – nevezetesen a POLITIKA SZÍNHÁZ fogalmi metafora – 1848-ban, a forradalmak idején volt jelentős.¹² Egyes korszakokban azonban a SZÍNHÁZ különböző aspektusai kerültek

11 Ettől jelentősen eltér a magyarok életértelmezését domináló HULLÁMVASÚT vagy KÜZDELEM metaforikus forrástartomány (bővebben lásd Benczes & Ságvári 2018).

12 Például Marx az *Osztályharcok Franciaországban* című írásában fejtegeti, hogy „egy hivatalos jelenet egy pillanat alatt megváltozhat: a háttér, a jelmez, a nyelv, a színészek, a bábuk, a sűgők, a darab témája, a konfliktus tartalma, az egész helyzet” (idézi Blackbourn 1987: 150). Hozzá kell tennünk, hogy a színházak a 18. század végének és a 19. század elejének új, divatos és a közép- és felső osztály számára is hozzáférhető tömegmédiumai voltak.

előtérbe, például a német politikai diskurzusból a XIX. század második felében az előadás túlzó, drámai jellegén volt a hangsúly (utalva ezzel a politikai figyelemelterelésre), később, a XX. század első felében a színpad mögötti szereplők és maszkok kerültek előtérbe (ami a nemzetellenes összeesküvésekre reflektált) (Blackbourn 1987: 156). A példák alapján látható, hogy mind a CIRKUSZ, mind a SZÍNHÁZ metaforikus forrástartományok – feltehetően a politikai karikatúra zsánere és a politikai diskurzus miatt – lehetővé teszik a politika szereplőinek negatív jellemzését.

Európai vonatkozásban megállapíthatjuk, hogy a POLITIKA SZÓRAKOZÁS fogalmi metafora gyakorlatilag az antikvitás óta jelen van a politikai diskurzusból, de magyar kulturális sajátosságoknál fogva olyan speciális forrástartományok azonosíthatók, mint a CIRKUSZ,¹³ a (BÁB)SZÍNHÁZ, ritkábban a RÁDIÓKABARÉ. Mindezek a forrástartományok a kritikai kultúránk részévé váltak, tehát alkalmasak arra, hogy adott kontextusban a politikai szereplőkről és eseményekről negatív állításokat fogalmazzunk meg. Fontos továbbá az is (amit Blackbourn [1987] példái is alátámasztanak), hogy különböző időszakokban a forrástartományok eltérő jellemzői kerülhetnek előtérbe, amelyek révén a politikáról és a politikai szereplőkről ugyanaz a fogalmi metafora is képes különböző állításokat megfogalmazni.

E megállapítások, azaz a metaforák egyes jelentésárnyalatainak előtérbe kerülése, pozitív vagy negatív polaritása illeszkedik a dinamikus jelentésképzés folyamatába. A dinamikus jelentésképzés alatt a nyelvészet azt érti, hogy a jelentésképzés folyamata egyfelől kontextusfüggő, másfelől pedig a diskurzus résztvevői együttesen értelmezik az adott megnyilatkozást (Tátrai 2011). A *Gyurcsány Show*-ra vonatkozóan a dinamikus jelentésképzés folyamata azt vetíti előre, hogy a vizsgált reklám nem értelmezhető egyfelől azon kontextus bevonása nélkül, amelyben született (tehát a 2022-es választási kampány részeként), másfelől mivel maga a kampány a Gyurcsány-kormányra és annak negatív aspektusaira utal vissza, annak értelmezéséhez a beszélőknek reflektálniuk kell az előző (2006 és 2010 közötti) politikai kontextusra is. A következőkben azt mutatjuk be, hogy e jelentések miképpen kerülnek szintézisre a *Gyurcsány Show* esetében. Ehhez azonban elsőként tisztáznunk kell a kognitív nyelvészet fogalmiintegráció-elméletét, amely lehetővé teszi, hogy egy adott fogalom nem csupán forrás- és céltartomány közti megfeleléseket foglaljon magába, hanem több forrásból táplálkozzon.

4. A fogalmi integráció

A fogalmi metaforák esetében, ahogyan azt korábban láttuk (lásd az 1. táblázatot), egy forrás- és egy céltartomány közötti összefüggéseket (megfeleléseket) emeltünk ki, amelyek mindig a forrástartomány irányából mutatnak a céltartomány felé (azaz a megfelelések egyirányúak). Ugyanakkor amint arra szakirodalom (Fauconnier & Turner 2002) rámutat, vannak olyan nyelvi megnyilatkozások, amelyeket nem magyaráznak a forrás- és céltartományok közötti megfelelések.

A jelenséget Kövecses Zoltán és Benczes Réka (2010: 180–181) az 1953-as angol–magyar futballmérkőzés ötvenedik évfordulóján (2003-ban) tartott emlékecsen keresztül példázza. Az 1953-ban tartott mérkőzést 6–3-ra nyerte meg a magyar válogatott az angolokkal szemben (akiket a történelem során először győzött le a külföldi csapat hazai pályán), aminek ötvenedik évfordulójának alkalmából tartott meccsen viszont az angolok győzedelmeskedtek (Kövecses & Benczes 2010: 180). Egy brit újság a 2003-as eredmény kapcsán azt vetette fel, hogy milyen eredmény született volna, ha az 1953-as magyar csapat mérkőzik a 2003-as válogatottal. A 2. táblázat azt mutatja be, hogy milyen megfeleléseket azonosíthatunk, ha két tartomány közötti kapcsolatként értelmezzük az említett újság feltevését.

13 A 2014-es választási kampány Fidesz–KDNP-plakátja (negatív kampány), amelyen Mesterházy Attila, Gyurcsány Ferenc és Bajnai Gordon mögött egy bohóc tűnik fel a háttérben. A három szereplő beállítása (maguk előtt táblát tartanak a nevükkel, csíkos háttér előtt állnak) azt a pillanatot idézi, amikor a bűnösök azonosítása során fényképet készítenek a gyanúsítottakról. A SZÓRAKOZÁS (CIRKUSZ) mellett itt megjelenik a BŰNÖZÉS forrástartomány is.

2. táblázat

Az 1953-as és 2003-as angol-magyar focimeccsek közötti megfelelések,
Kövecses és Benczes (2010: 181) alapján

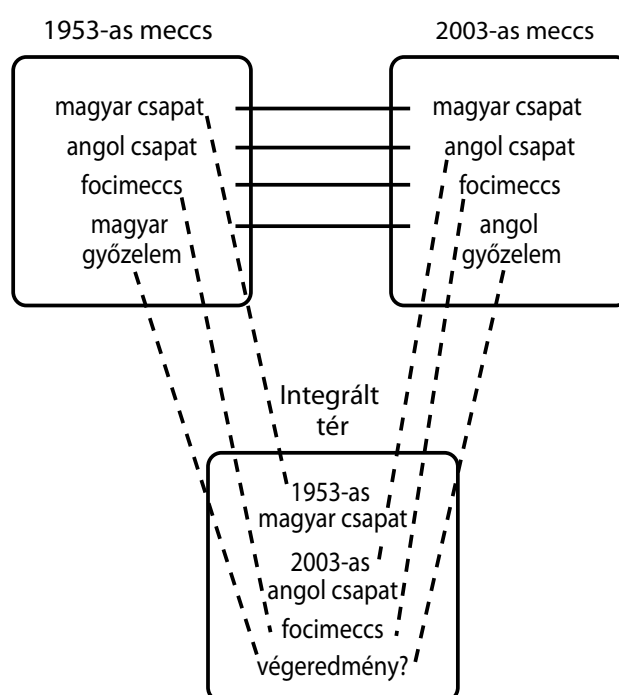
1953-as focimeccs		2003-as focimeccs
magyar csapat	→	magyar csapat
angol csapat	→	angol csapat
focimeccs	→	focimeccs
magyar győzelem	→	angol győzelem

Az 2. táblázat alapján megállapítható, hogy az említett újság azon felvetése, miszerint érdekes lenne az 1953-as magyar és 2003-as angol csapatok meccse, nem értelmezhető a két tartomány megfelelésein keresztül. A 2. táblázat, amely a két focimeccset összeköti, az 1953-as válogatottat a 2003-as válogatottnak felelteti meg (ugyanakkor az újság az 1953-as magyar csapatot említi). Továbbá a korábbi magyar győzelmet az emlékmecsen kivívott angol győzelemnek felelteti meg, ugyanakkor egy ilyen mérkőzés végkimenetelét nem tudhatjuk.

A felvetés értelmezéséhez tehát a fogalmi integrációra van szükségünk. Az elmélet a fogalmi metaforáknál alkalmazott fogalmi tartomány (tehát tapasztalatinkról alkotott fogalmi reprezentáció) helyett az úgynevezett „mentális térrel” operál, amely beszéd közben létrehozott fogalmi struktúra (Kövecses & Benczes 2010). A fogalmi integráció elmélete alkalmas arra, hogy két (vagy akár több), úgynevezett „bemeneti tér” megfeleltetésén túl egy további, úgynevezett „integrált teret” hozzon létre. Ebben az integrált térben (a fogalmi metaforák megfeleléseihez hasonlóan) nem szükséges, hogy az egyes bemeneti terek minden eleme megjelenjen. Az alábbi, 1. ábra tehát az 1953-as magyar és a 2003-as angol csapat mérkőzését jeleníti meg a fogalmi integráció értelmezése szerint.

1. ábra

Az 1953-as magyar és 2003-as angol csapat focimeccse
Kövecses és Benczes (2010: 181) alapján



Az 1. ábrán található integrált tér az 1953-as magyar és 2003-as angol válogatott meccsét ábrázolja. Az integrált térben megjelenik az 1. bemeneti térből (az 1953-as focimeccsből) az 1953-as magyar csapat, míg a 2. bemeneti térből (a 2003-as focimeccsből) a 2003-as angol válogatott. Mindkét bemeneti térből (tehát az 1953-as és az 2003-focimeccsből) megjelenik egyfelől maga a futballmérkőzés, másfelől pedig az végeredmény, amit a felvetés lehetetlensége miatt nem sem tudhatunk.

Amint a példa is bemutatja, a fogalmi integráció elmélete (Fauconnier & Turner 2002), valamint a dinamikus jelentésalkotás és interpretáció modellje lehetővé teszi azt, hogy egyszerre több bemeneti tér elemei integrálódjanak egymással egy új, beszéd közben aktivált, átmeneti fogalmi konstrukcióban (azaz integrált térben), és ezáltal teljesen új jelentéseket alakítsanak ki.

5. Elemzés

Vizsgálatunk során a *Gyurcsány Show* „1. rész: A Gyurcsány Show” című, a YouTube-on 2021. október 17-én közzétett videót elemeztük, mivel ez a tartalom a több epizódos *Gyurcsány Show* bevezetőjének tekinthető. A következőkben azt mutatjuk be, hogy a *Gyurcsány Show* mely fogalmi leképezéseken keresztül válik értelmezhetővé mint negatív kampány. Feltételezésünk szerint a kampány negativitása nem következik a POLITIKAI ÉLET SHOWMŰSOR metaforából, hanem egyszerre több mentális tér – a showműsor, a 2022-es politikai helyzet és a 2006 és a 2010 közötti politikai helyzet – elemei között létrejövő megfelelések dinamikájából alakul ki. Ezeknek köszönhetően egy olyan új fogalmi tér jön létre, amelyben az ellenzéki összefogás megválasztása voltaképpen a régi kormány megválasztása, és amely azért nem lehet szórakoztató (noha a politika showműsorként való konceptualizációja erre engedne következtetni), mert ez az integrált tér „örökli” a 2006 és a 2010 közötti politikai helyzettel való elégedetlenséget. A továbbiakban részletesen ismertetjük a fogalmi integráció folyamatát.

A POLITIKA SHOWMŰSOR metafora a *Gyurcsány Show* kontextusában a mai magyar ellenzéki politizálásra reflektál: a kampányvideó a mai magyar politika ellenzéki kulcsfiguráit úgy ábrázolja, mint egy showműsor szereplőit. Ennek okán a kampány nem a politikai élet egészét mutatja be, hanem a napjainkra jellemző ellenzéki politikai viszonyokat.

3. táblázat

A MAI ELLENZÉKI POLITIKA EGY SHOWMŰSOR metafora megfelelései

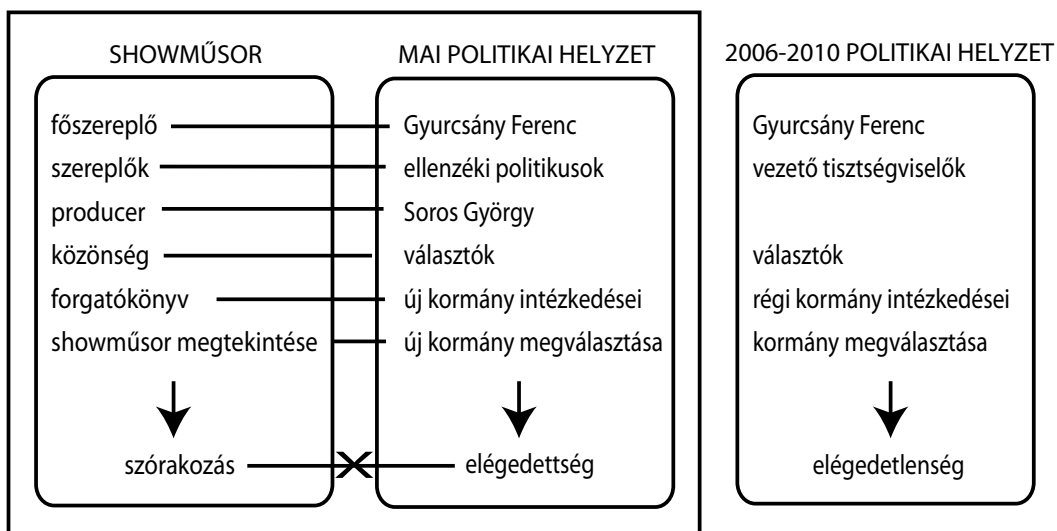
SHOWMŰSOR		MAI ELLENZÉKI POLITIKA
főszereplő	→	Gyurcsány Ferenc
szereplők	→	ellenzéki politikusok
producer	→	Soros György
közönség	→	választók
forgatókönyv	→	új kormány intézkedései
showműsor megtekintése	→	új kormány megválasztása
szórakozás	?	elégedettség

A 3. táblázat a SHOWMŰSOR forrástartományból merítve építi fel a MAI ELLENZÉKI POLITIKAI ÉLET céltartományt. A 3. táblázatból leolvasható, hogy a *Gyurcsány Show* reklám szerint a show főszereplője Gyurcsány Ferenc. A műsor további szereplői az ellenzéki politikusok, mint például a vizsgált epizódban szereplő Karácsony Gergely, Dobrev Klára és Jakab Péter, akik az ellenzéki összefogás miniszterelnökjelölti pozíciójáért versengtek. A műsor producereként a reklám Soros Györgyöt tüntette fel. A műsor közönségeként a választókat foghatjuk fel, míg

annak forgatókönyve a lehetséges új kormány intézkedései lennének. Végezetül a választók a showműsort akkor tekinthetik meg, ha a lehetséges új kormányt megválasztják a regnáló Fidesz helyett. Egy showműsor megtekintése ugyanakkor nem hordoz magában negatív konnotációt; mi több, azért nézünk showműsorokat, hogy szórakozzunk, ami alapvetően pozitív élménynek tekinthető. Ez azonban a MAI ELLENZÉKI POLITIKA céltartomány esetében a lehetséges új kormánnyal és annak döntéseivel való megelégedettségre utalhat. Ugyanakkor a *Gyurcsány Show* kampány nem egy lehetséges ellenzéki kormány pozitív következményeire hívja fel a figyelmet. Éppen ellenkezőleg: a reklám nyitóképein munkanélküliség, növekvő rezsiköltségek és államadósság jelenik meg, míg az ellenzéki politikusokat „balfék haverként” (Karácsony Gergely) és „régii ellenségként” (Jakab Péter) ábrázolja a hirdetés. Felmerül tehát a kérdés, hogy a *Gyurcsány Show* reklám hogyan tud mégis a MAI ELLENZÉKI POLITIKA EGY SHOWMŰSOR metaforából merítve gúnyos, negatív képet festeni az ellenzéki programról és annak politikusairól, és negatív kampányként megjelenni.

A folyamat értelmezésének első lépéseként azt kell feltérképeznünk, hogy mely mentális tér az, amelyik az elemzett kampányban az esetleges ellenzéki kormány gyengeségeit helyezi előtérbe. Az integrációban szereplő harmadik mentális teret a 2006 és a 2010 közötti politikai helyzet adja, amelyre az elemzett hirdetést nyitó megállapítás világít rá, miszerint: „Ezt a műsort már láttuk egyszer.” Továbbá a *Gyurcsány Show* névadója és a történetének főszereplője Gyurcsány Ferenc, a Fidesz-kormányt megelőző adminisztráció miniszterelnöke. A harmadik mentális teret és a viszonyulását a 3. táblázatban bemutatott fogalmi metaforához a 2. ábra mutatja be.

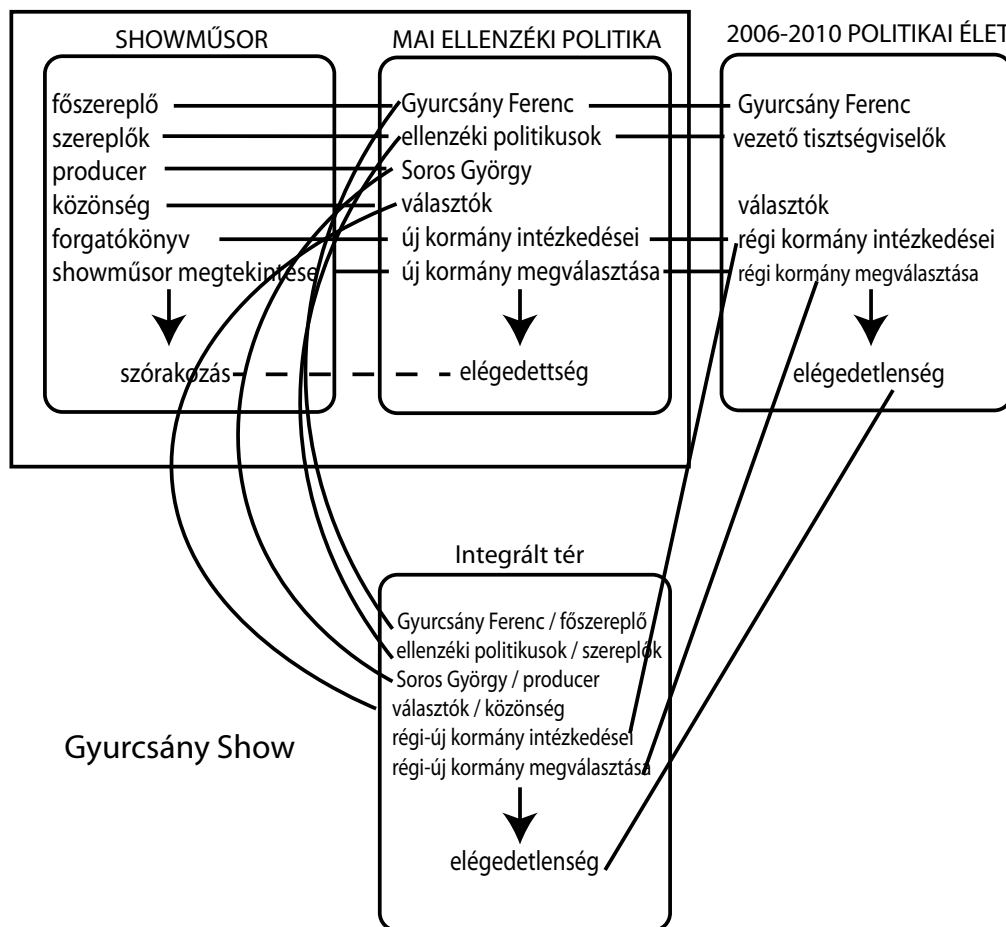
2. ábra
A mai és a 2006 és 2010 közötti politikai helyzetek
közötti kapcsolat fogalmi leképezése



A 2. ábrán azt láthatjuk, hogy a kampány az előző, Gyurcsány Ferenc nevével fémjelzett vezetésre reflektál, hiszen akkor ő volt a miniszterelnök, és a reklám szerint a jelenlegi ellenzék is ő vezeti. A hirdetés szerint ez nem lenne másképp egy új ellenzéki kormány esetén sem, hiszen a videóban Gyurcsány Ferenc mint a „főszereplő” jelenik meg. Az ellenzéki politikusok a 2006 és 2010 közötti vezető tisztségviselőkkel köthetők össze, míg az új kormány intézkedései a régi kormány intézkedéseivel lennének összhangban, amit a már fent említett „Ezt a műsort már láttuk egyszer” kifejezés erősít meg. Összességében tehát a reklám azt sugallja, hogy az új kormány megválasztása esetén a választók voltaképpen a régi kormányt hoznák újra az ország élére, annak korábbi vezetőivel és hibás intézkedéseivel, ami a korábbi elégedetlenséghez vezetne. Hogyan integrálódik tehát a 2022-es választások idején fennálló és a 2006 és a 2010 közötti politikai helyzet a *Gyurcsány Show* elemzett adásában? A 3. ábrán a két bemeneti térből létrejövő integrált teret mutatjuk be.

3. ábra

A Gyurcsány Show értelmezése a fogalmi integráción keresztül



A 3. ábra összefoglalja, hogy a három bemeneti térből (SHOWMŰSOR, MAI ELLENZÉKI POLITIKA és 2006–2010 POLITIKAI ÉLET) mely elemek kerültek be a közös, integrált térbe. Eszerint a show főszereplője Gyurcsány Ferenc, míg az ellenzéki politikusok (mind az új szereplők, mind a Fidesz-kormányt megelőző kormányzatból jelenleg is aktív politikusok) a műsor szereplői. A show producere a MAI ELLENZÉKI POLITIKA mentális térből adódóan Soros György. A közönséget a választók jelentik. Az integrált tér párhuzamot von a régi (Gyurcsány Ferenc által vezetett) kormány és az új kormány intézkedései között. Mindez arra enged következtetni, hogy az új kormány (tehát az ellenzéki összefogás) megválasztása voltaképpen a régi kormány megválasztása. Ugyanakkor ennek eredménye nem a POLITIKA SHOWMŰSOR metaforából következő elégedettség, hanem a 2006 és a 2010 közötti POLITIKAI ÉLET mentális térből származó elégedetlenség, amely így az integrált tér negatív hangját adja.

Tanulmányunkban azt vizsgáltuk, hogy egy feltehetően az amerikai kultúrából eredő, általában nem negatív kontextusban használt fogalmi metafora, A POLITIKA SHOWMŰSOR milyen stratégia mentén válik negatívvá a *Gyurcsány Show* című magyar kampányfilmben. Vizsgálatunk fókuszában a fogalmi metafora működése állt, így a kutatás korlátai között kell megemlítenünk, hogy nem tértünk ki olyan más folyamatokra, amelyek szintén hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a potenciális választó negatív értékítéletet fogalmazzon meg az ellenzéki összefogás politikusairól. Ezek közé tartoznak a showműsorhoz mint műfajhoz kapcsolódó lehetséges negatív konnotációk, ilyenek például a hétköznapi talkshow-k kapcsán a veszekedések, a megrendezett botránykeltés a kamerák előtt (például a *Mónika show*), míg a sztárshow-khoz gyakrabban kapcsolódik a személyesebb hangvétel, a celebekre vonatkozó intim kérdések (például *Friderikusz Show*) (Császi 2008). Az, hogy a magyar közönség hogyan és milyen típusú showműsorokkal találkozott, azokról milyen véleményt alakított ki, meghatározható lehet a *Gyurcsány Show*

értelmezésében. Ugyanakkor a negatív megítélést erősítik a MŰSOR fogalmat magukban foglaló idiomatikus kifejezések: *már megint ugyanaz a műsor* (egy negatív vagy bosszantó esemény folyamatosan megismétlődik) és a *csinálja a műsort* (botrányt kavár). Előbbit idézi is az 1. rész (*A Gyurcsány Show*) epizód: „Ezt a műsort már láttuk valahol.”

6. Következtetések

Korábbi empirikus kutatások (például Kövecses 2006, Benczes & Ságvári 2018) már feltárták, hogy a szórákozás (például JÁTÉK, SHOWMŰSOR) népszerű metaforikus forrástartomány elsősorban az amerikai kultúrában; ezt példázta AZ ÉLET SZÓRAKOZÁS fogalmi metafora (illetve ennek speciális esete, A POLITIKA SHOWMŰSOR). Erről azonban azt állítottuk, hogy nem von maga után negatív jellemzőket. A magyar politikai diskurzusban a szórákozás showműsörtől eltérő válfajai (például cirkusz, színház) régóta jelen vannak egyebek között a politikai karikatúrákban és a kampányok plakátjain.

A dinamikus jelentésképzés jelenségén keresztül, a kognitív nyelvészet eszközeivel azt mutattuk be, hogy a magyar politikai kommunikációban miképpen vált A POLITIKA SHOWMŰSOR fogalmi metafora negatívvá. Először megállapítottuk, hogy csak a fogalmi metaforákra építve nem értelmezhető A POLITIKA SHOWMŰSOR negatív konnotációja a mai magyar politikai diskurzusban. A fogalmi integráció elméletének segítségével megállapítottuk, hogy a SHOWMŰSOR és a MAI ELLENZÉKI POLITIKA fogalmai mellett megjelent egy harmadik bemeneti tér, a 2006–2010 KÖZÖTTI POLITIKAI ÉLET is. Ez a harmadik tér meghatározónak bizonyult a negatív jellemzők tekintetében, hiszen 2010-ben kormányváltás történt (ezt nevezhetjük a Gyurcsány-kormány bukásának), amelyben nyilvánvalóan kifejeződik a szavazók többségének elégedetlensége. Ez a negatív megítélés tovább öröklődik az integrált térbe.

Összességében láthattuk tehát, hogy a 2022-es magyarországi választások kontextusában a politikát showműsorként bemutató kormánypárti reklámkampány azért sorolható a negatív kampányok közé, mert nem csupán a mai (2022-es) politikai helyzetet emeli be A POLITIKA SHOWMŰSOR metaforába, hanem a fogalmi integráció műveletével egy harmadik bemeneti teret is megjelenít. A harmadik bemeneti tér, amely a 2006 és 2010 közötti politikai helyzetet foglalja magában, a Gyurcsány Ferenc vezette kormánzzal kapcsolatos tapasztalatokra reflektál, azt implikálva, hogy amennyiben az Egységben Magyarországért pártszövetség kerül megválasztásra (amelynek hatalomra juttatása a reklám szerint a 2006 és a 2010 közötti kormány visszatérését jelenti), ugyanazon elégedetlenséget fogják a választók tapasztalni, mint 2006 és 2010 között.

Irodalom

Benczes, Réka & Bence Ságvári (2018): Life is a Battlefield: Conceptualizations of Life among Hungarian Adults. *Society and Economy*, vol. 40, no. 4, pp. 571–586, <https://doi.org/10.1556/204.2018.40.4.6>.

Blackbourn, David (1987): Politics as Theatre: Metaphors of the Stage in German History, 1848–1933. *Transactions of the Royal Historical Society*, vol. 37, pp. 149–167, <https://doi.org/10.2307/3679155>.

Charteris-Black, Jonathan (2011): *Politicians and Rhetoric The Persuasive Power of Metaphor*. London: Palgrave Macmillan.

Császi Lajos (2008): A televíziós talk show története és műfaji sajátosságai. *Médiakutató*, 9. évf. 1. sz. 17–32. o.

Duman, Steve & Miriam A. Locher (2008): ‘So let’s talk. Let’s chat. Let’s start a dialog’: An analysis of the conversation metaphor employed in Clinton’s and Obama’s YouTube campaign clips. *Multilingua*, vol. 27, no. 23, pp. 193–230, <https://doi.org/10.1515/MULTI.2008.011>.

Edwards, Janis, L. (1988): *Political cartoons in the 1988 presidential campaign: Image, metaphor, and narrative*. London: Taylor & Francis.

Falk Erika (2013): Clinton and The Playing-The-Gender-Card Metaphor In Campaign News. *Feminist Media Studies*, vol. 13, no. 2, pp. 192–207, <https://doi.org/10.1080/14680777.2012.678074>.

Fauconnier, Gilles & Mark Turner (2002): *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind’s Hidden Complexities*. New York: Basic Books.

- Garcés-Conejos Blitvich, Pilar, Nuria Lorenzo-Dus & Patricia Bou-Franch (2010): A Genre Approach to Impoliteness in a Spanish Television Talk Show: Evidence From Corpus-Based Analysis, Questionnaires and Focus Groups. *Intercultural Pragmatics*, vol. 7, no. 4, pp. 689-723, <https://doi.org/10.1515/iprg.2010.030>.
- Kapitány Ágnes & Kapitány Gábor (2003): Szimbolikus elemek a 2002-es választási kampányban. In: Kurtán Sándor, Sándor Péter & Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2003*, 1448–1481. o. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány.
- Kövecses, Zoltán (2005): *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge: University Press.
- Kövecses, Zoltán (2006): *Language, Mind, and Culture: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kövecses, Zoltán (2010): *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kövecses Zoltán & Benczes Réka (2010): *Kognitív nyelvészet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Kunczik, Michael (2001): A demokratikus újságírás. *Médiakutató*, 2. évf. 3. sz. 7–21. o.
- Mihályffy Zsuzsanna (2009): *Politikai kommunikáció elméletben és gyakorlatban*. Budapest: L'Harmattan.
- Molek-Kozakowska, Katarzyna (2013): The Late-Night TV Talk Show as a Strategic Genre in American Political Campaigning. In: Piotr Cap & Urszula Okulska (eds.): *Analysing Genres in Political Communication: Theory and Practice*, pp. 321–343. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Nábelek Fruzsina (2014): Negatív kampány a pártok közvetlen kommunikációjában Magyarországon. *Politikatudományi Szemle*, 23. évf. 4. sz. 92–114. o.
- Patkós Veronika & Papp Zsófia (2021): A negatív kampány makroszintű meghatározói Európában. *Politikatudományi Szemle*, 30. évf. 4. sz. 7–28. o.
- Pew Research Center for the People and the Press (2004): *The State of the News Media 2004*. Washington D.C.
- Pew Research Center for the People and the Press (2008): *Internet's Broader Role in Campaign 2008*. Washington D.C.
- Postman, Neil (1985): *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking Penguin.
- Szabó Lilla Petronella (2022): Karnyújtásnyira a választóktól? A perszonalizáció vizsgálata a személyes névmásokon keresztül az Egyesült Államok politikai kommunikációjában, *Politikatudományi Szemle*, 31. évf. 1. sz. 54–75. o.
- Tátrai Szilárd (2011): *Bevezetés a pragmatikába: Funkcionális kognitív megközelítés*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Virág Ágnes (2021): Metaphorical representations of the Hungarian Parliament in political cartoons (1989–1990). *Argumentum*, 17. sz. 212–231. o., 10.34103/ARGUMENTUM/2021/12.

Benczes Réka kognitív nyelvész, egyetemi tanár, a Budapesti Corvinus Egyetem kommunikációtudomány doktori programjának igazgatója. Főbb kutatási területe a szemantika és az alkalmazott metaforakutatás, amely témakörökben rendszeresen publikál a világ vezető nyelvészeti szaklapjaiban. Legfrissebb monográfiája, amely a hangalak és jelentés viszonyát tárgyalja az angol szóképzésben, 2019-ben jelent meg a Cambridge University Press-nél. Email: reka.benczes@uni-corvinus.hu

Szabó Lilla Petronella a Budapesti Corvinus Egyetem egyetemi tanársegéde. Főbb érdeklődési területe a pragmatika, az alkalmazott metaforakutatás és a politikai kommunikáció. Egyebek mellett a *Journal of Language and Politics*, a *Review of Cognitive Linguistics* és a *Jel-Kép* folyóiratokban publikált. Email: lilla.szabo@uni-corvinus.hu

Virág Ágnes az egri Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Képzőművészet és Művészetelmélet Intézetének művészettörténész tanársegéde, a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori Iskola doktorjelöltje. Kutatási területe a politikai kommunikáció multimodális diskurzusban és az Országház metaforikus és metonimikus reprezentációja a politikai karikatúrákban a rendszerváltás után. Tanulmányai jelentek meg a következő hazai és nemzetközi folyóiratokban: *Cognitive Linguistic Studies: Visual Metaphor* (Special Issue), *Central European Journal of Communication*, *Intersections: East European Journal of Society and Politics*, *Argumentum* és *Jel-Kép*. Email: agnesvirag84@gmail.com

Lajkó Ádám

A szabadkőművesség és az első világháború

Egy összeesküvés-elmélet születése és a magyar sajtó

A tanulmány a második világháborús szélsőjobboldali ideológia egyik kedvelt toposzának, a szabadkőművesség első világháborús felelősségéről szóló elméletnek az eredetét vizsgálja. Célja annak bemutatása, hogy milyen kontextusban tűnt fel ez az értelmezés, és miért válhatott a kialakuló szélsőjobboldal világképének egyik érzelmi vonatkoztatási pontjává. Bemutatja, hogy a háború és a szabadkőművesek közötti kapcsolatról szóló elmélet már 1914-ben megjelent a magyar sajtóban. Az elképzelés először a politikai katolicizmus radikális ágán belül, a polgári radikálisokkal folytatott polémia egyik elemeként tűnt fel. Szorosan kötődött a nemzeti-ségi kérdéshez és a területi integritás témaköréhez: az elmélet hívei a Monarchiát fenyegető irredentizmust a szabadkőművesség eszközeként ábrázolták. Az olasz hadba lépés kapcsán az elképzelés a kormánypárti sajtóban, a Rákosi Jenő szerkesztette Budapesti Hírlapban is feltűnt. A tanulmány bemutatja, hogy az antant-államok külpolitikáját alátámasztó nyilvános retorika katalizátorként hatott az elmélet fejlődésére, ebben az irodalomban a polgári radikálisok az antant érdekeit képviselő erőként jelentek meg. Végül azt vizsgálja, hogy az elképzelésnek milyen szerepe volt a trianoni békeszerződést a szabadkőművességnek tulajdonító elméletek megalapozásában.

Kulcsszavak: első világháború, nemzetiségi kérdés, polgári radikálisok, politikai katolicizmus, szabadkőművesség, szélsőjobboldali világkép

Freemasonry and the First World War

The birth of a conspiracy theory and the Hungarian press

The theory about Masonry's responsibility for WWI was a popular idea among interwar far-right intellectuals in Hungary. This paper examines the origins and the context of this interpretation and shows why it could become one of the emotional reference points in the emerging far-right worldview. It demonstrates that speculation about this link appeared in the Hungarian press as early as 1914. The idea first emerged within a radical branch of political Catholicism, hostile to the civic radicals, a francophile ideology closely linked to Masonry. The theory's focal point was the question of nationality and territorial integrity, its proponents portrayed the irredentist threat against the dual Monarchy as a tool of the Freemasons. After Italy's entry into the war the idea also appeared in the pro-government conservative daily Budapesti Hírlap. The paper shows that the public diplomacy and geopolitical rhetoric of the Entente states had a catalytic effect on the development of this theory: its proponents interpreted the Hungarian civic radicals as a force representing the interests of the Entente. Finally, the paper shows that this early interpretation played a founding role in the birth of the theories attributing the Trianon Peace Treaty to the influence of the Masons.

Key words: civic radicals, far-right world view, first world war, masonry, nationality question, political Catholicism

A szabadkőműves összeesküvés tézise

A magyar zsidóság deportálását 1944-ben irányító Endre László meggyőződése szerint az első világháború a zsidóság érdekeit képviselő szabadkőművesség machinációinak eredményeként tört ki. Ez az elképzelés központi helyet foglalt el a zsidóság világoralmi összeesküvését vizionáló szélsőségesen antiszemita politikus világképében – Endre az általa vallott tézist monografikus formában is kifejtette (1942). Kötete egyfajta „politológiai” munka volt, amely a korszak eseményeinek antiszemita narratíváját nyújtotta az olvasóknak. A korabeli szélsőjobboldali politikusok között a szerző korántsem állt egyedül nézeteivel. A háborús felelősséggel kapcsolatban azokat feltehetően maga Adolf Hitler is osztotta (Mommsen 1997).

Az elmélet sikerességét az biztosította, hogy az magyarázatot nyújthatott a korszak legjelentősebb politikai eseményeire. A francia Vichy-rezsim által megrendelt 1943-as *Forces Occultes* című propaganda-film a szabadkőművességet már a második világháború kirobbantásáért is felelőssé tette. A elképzelés ugyanakkor nem a második világháború alatt született meg. Az első világháború és a szabadkőművesek közötti kapcsolat például a magyar sajtó egy meghatározott részében már 1914-ben megjelent. A jelen tanulmány az elmélet hazai változatának eredetét kívánja feltárni; ennek érdekében a tézist az első világháború alatt megalapozó magyar újságírók és lapok cikkeinek tartalmi elemzésére vállalkozik. Célja annak bemutatása, hogy milyen kontextusban tűnt fel ez az értelmezés, és miért válhatott a kialakuló szélsőjobboldal világképének egyik érzelmi vonatkoztatási pontjává.

A szabadkőművesség összeesküvésének tézise nem a korabeli szélsőjobboldal szellemi terméke volt: az elmélet ősatyja a testvériséget eredetileg a francia forradalom kirobbantásáért tette felelőssé. Az Endre által hangoztatott nézetek hátterét egy, közvetlenül a forradalom után született, azt követően pedig kontinuuosan jelen lévő, ugyanakkor folyamatosan változó irodalom alkotta. A tézis eredetileg a katolikus irodalom egy részében és bizonyos protestáns konzervatív körökben volt jelen, és csak a 19. század közepétől jelentek meg benne a zsidók és a (marxista) szocialisták.¹

Az elképzelés szorosan kötődött hirdetőinek aktuálpolitikai ellenségképéhez – amelynek ellenhatására például Franciaországban a páholyok többsége ténylegesen a republikánus ideológia erősen antikatólikus változatát tette magáévá. A francia republikánusok egyik áramlata, a harcosan vallásellenes identitással (*laïcité de combat*) rendelkező *radikalizmus* egyebek mellett a szabadkőművességgel is szorosan összefonódott (Larkin 1974: 94–96, Bernstein 1980: 23–41 & 47–49, Larkin 1995: 45–52, 119–127, Halpern 2002).

Az elképzelés hazai gyökeret eresztéséhez nagyban hozzájárult, hogy a szabadkőművesség körüli politikai csatározások a századelei Magyarországon a polgári radikalizmus és a radikális politikai katolicizmus megjelenésével egyre gyakoribbá váltak. Feltehető, hogy a francia radikális republikánusok példája a magyar polgári radikalizmusra is hatott, Jászi Oszkár 1905-ös franciaországi tanulmányútján személyesen is megismerkedett az ottani eszmékkel és politikusokkal. A polgári radikálisok francia társaikhoz hasonlóan kötődtek a szabadkőművességhez, a Martinovics-páholyt például a radikális gondolkodók tömörítésének céljából alapították. Bár Jásziék a szabadkőművességet a polgári radikális mozgalom kiépítésre akarták felhasználni, törekvéseik az addig apolitikus magyar páholyok ellenállásába ütköztek, a magyar szabadkőművesek többsége konzervatív vagy konzervatív-liberális irányultságú maradt (Jászi 1989: 41–42, Mucsi 1998: 115–116, 131–138, Berényi 2003: 200–201, G. Fodor 2004: 81–87, Csunderlik 2017: 50–55, 131, 143, 147).

A szabadkőműves szarajevói merénylők

A szabadkőművességet és a háborút összekapcsoló elmélet eredetileg az összeesküvés-tézis hatására a szabadkőművességhez és a polgári radikálisokhoz már a háború előtt is ellenségesen viszonyuló politikai erők szülötte volt. Az elképzelés 1914-ben a radikális keresztényszocialisták körében tűnt fel először; a Bangha Béla szerkesztette Magyar Kultúra folyóirat az egész háború folyamán foglalkozott a kérdéssel. A téma legtermékenyebb publicistája a lap egyik szerkesztője, Burján Károly főgimnáziumi tanár volt, aki már a háború előtt is a polgári radikálisok

¹ A téma monografikus feldolgozására lásd Rogalla von Bieberstein (1992).

ellen írt cikkeivel hívta fel magára a figyelmet.² Burján az elképzelés híveinek antiszemita táborát erősítette, írásaiban nemcsak egyenlőséjelet tett a polgári radikalizmus és a szabadkőművesség közé, hanem előszeretettel hangoztatta a radikális újságírók és politikusok zsidó származását is. Burján tézisé a háború előtt monografikus formában is kifejtette (1912), a radikális publicisztika elemzésére vállalkozó kötete Jászi Oszkár mozgalma a magyar kereszténységet fenyegető legnagyobb veszedelmeként írta le.³

Ferenc Ferdinánd trónörökös meggyilkolása mögött Burján már 1914 októberében a szabadkőműveseket vélte felfedezni. Az általa felállított tézis a merénylők sajtó által élénk figyelemmel kísért tárgyalásának szelektív olvasatán alapult. A tudósítások szerint a merénylők egyike egy szabadkőműves páholyba készült belépni, az ügyész pedig ennek következtében Gavrilo Princip szabadkőműves tagságáról is érdeklődött. Princip ugyan tagadólag válaszolt, és a merénylet indítékát a szerb hazafiságban jelölte meg, Burján azonban felfigyelt erre az elemre, valamint arra, hogy a beszámoló szerint a herceg buzgó katolikus hitével a merénylő is tisztában volt – az ügyész kérdéseinek hátterében is az elkövetők esetleges antikatolicizmusáról történő információszerzés állhatott.⁴ Princip szavait a katolikusellenesség bizonyítékaként kezelve Burján ezt az olvasatot összekötötte Jászi Oszkár szemében szerbbarátnak minősülő publicisztikájával. Értelmezése szerint a szabadkőműves Jászi azért védi a merénylőket, mert közös mozgalomhoz tartoznak, a Narodna Odbrana pedig ugyanúgy a szabadkőművesség világi szerve, ahogyan a Galilei-kör vagy a Társadalomtudományi Társaság is az. Burján a háború alatt több alkalommal is visszatért ehhez az elképzeléshez, 1918-ban már a francia szabadkőművesek irányító szerepét feltételezte a merénylet mögött, egy 1916-os cikkében pedig a polgári radikálisokkal párhuzamot vonva a szerb szabadkőművesek zsidósággal fennálló kapcsolatra igyekezett rámutatni.⁵

A „Princip mint szabadkőműves merénylő” tézis az osztrák közéletben sem maradt kiaknázatlanul. Friedrich Wichtl a háború után közvetlenül megjelent kötete e koncepció alapján íródott; a szerző szerint a trónörökös meggyilkolását még 1912-ben a francia szabadkőművesség határozta el. Wichtl egy másik, a francia forradalmat és a bolsevizmust összekapcsoló kötetéről 1920-ban maga Burján Károly írt könyvismertetést, ám ez utóbbi megjelenésére a szerző korai halála miatt már csak posztumusz kerülhetett sor. Wichtl a téziséről még ugyanezen évben az Egyesült Keresztény Nemzeti Liga szervezésében Magyarországon előadást is tartott (Wichtl 1919, 1920, 1936).⁶

Az olasz intervenció és a szabadkőművesek

A tézis nem csak a radikális katolikus sajtó sajátja volt: a Rákosi Jenő szerkesztette Budapesti Hírlap már 1915 májusában is számos cikkben tudósított az olaszok antantpártisága és a szabadkőművesség között fennálló kapcsolatokról. Rákosi maga függetlenségi szimpátiákkal rendelkezett, ugyanakkor Tisza István támogatójának is minősült, így nem a radikális katolikus milióhöz tartozott. Rákosi lapja, amely a századfordulón elsőként érte el a harmincezres példányszámot, és a háború idején már a nagy kormánylapok között lehetett számon tartani,

2 Burján Károly (1881–1920) főgimnáziumi tanár, radikális katolikus újságíró. Munkatársa volt a Katolikus Néppárt politikai lapjának, az Alkotmánynak, ahol számos szabadkőművességet támadó cikket jegyzett, majd az 1913-tól megjelenő, a radikális jezsuita teológus és politikus Bangha Béla által alapított Magyar Kultúra szerkesztője lett. A Magyar Kultúra szerkesztősége kifejezetten az értelmiség elérését célozta meg, a lapnak 1913-ban 3200 előfizetője volt, köztük 900 világi értelmiségi; számuk 1917-re 3700-ra növekedett. Bangha Béla és Burján bensőséges kapcsolatát mutatja, hogy az utóbbinak 1920-ban bekövetkezett korai halálakor a temetésen a gyászbeszédet maga Bangha mondta el. Az eseményen a radikális keresztényszocialisták egyik orgánuma, a szintén Bangha Béla által 1919-ben életre hívott Központi Sajtóvállalathoz tartozó Nemzeti Újság teljes szerkesztősége testületileg megjelent (*Nemzeti Újság*, 1920. II. 24. 7. o., Buzinkay 2016: 329, Klestenitz 2020: 111–120).

3 A kötetben Burján egyenlőséjelet tett a magyar radikálisok és a magyar liberalizmus közé, a polgári radikálisokat publicisztikájuk alapján pedig a keresztényellenesség mellett azzal vádolta, hogy gyűlöletük az egész magyarságra kiterjed. A radikálisok célját Burján a kereszténység letiprásának segítségével a franciaországihoz hasonló – azaz értelmiségében szabadkőműves és zsidó vezetőségű – uralom megvalósításában jelölte meg.

4 *Az Est*, 1914. X. 15. 3–4. o., *Az Újság*, 1914. X. 15. 7–8. o.

5 Burján Károly: A trónörökös meggyilkolása és a szabadkőművesség. *Magyar Kultúra*, 1914. X. 20. 203–206. o., Burján Károly: Katzlerovits, a „szerb” és Jászi-Jakobovits a „magyar”. *Magyar Kultúra*, 1916. VI. 20. 571–572. o., Burján Károly: A szabadkőművesség szerepe a szarajevói gyilkosságban. *Magyar Kultúra*, 1918. VIII. 5. 81–88. o.

6 Burján Károly: Szabadkőművesség, világforradalom, világköztársaság. *Nemzeti Újság*, 1920. III. 7. 2–3. o., *Nemzeti Újság* 1920. IX. 8. 2. o.

jellegét tekintve konzervatív módon politizált. A szerkesztő gyanakodva figyelte a nemzetiségi mozgalmakat; kétségtelen, hogy ez is hozzájárult a polgári radikálisokkal szembeni fenntartásaihoz. Valószínűleg erre volt visszavezethető, hogy Burján Károly szemében a Budapesti Hírlap az egyik olyan nagy lapként jelent meg, amely nem képviselt keresztényellenes tendenciákat (Burján 1912: 20, Sipos 2009: 101–102, Buzinkay 2016: 280–282).

Bár a lap egy 1914. áprilisi cikke említést tett az olasz szabadkőművesség vallásellenességéről, annak szerzője mérsékelt hangvételt ütött meg; a latin szabadkőművesek hasonló beállítása a korszakban nem csak a radikális katolikusokra volt jellemző. A hírlap ekkor a magyar szabadkőművességet is úgy jellemezte, hogy az kirekeszti soraiból a politikát, a jótékonykodásban egységes szervezet a politikai kérdésekben szétfeszült. A Budapesti Hírlap a Polgári Radikális Párt megalakulása kapcsán mindenestre szóvá tette, hogy az kétségkívül szabadkőműves alakulás, a kapcsolatot azonban nem az összeesküvés-tézis bevett kliséivel magyarázta. Ez a háború előtti hangnem éles ellentétben állt a korabeli katolikus lapok egy részénél, például a Magyar Kultúránál tapasztalható harcias hozzáállással. A háború kitörése után ugyanakkor a lap ismertetést közölt a francia Henri Barbot katolikus miszticizmust képviselő regényéről, amelynek cselekménye szerint a Párizsban hatalomra jutó szabadkőművesek legyilkolják a francia katolikusokat, kiváltva ezzel a német beavatkozást. Az ismertetés – bár a cselekményt a korabeli helyzet alapján érdekesnek minősítette – még nem a szabadkőművesek szerepére, hanem a németellenes passzusokra helyezte a hangsúlyt (Barbot 1914, Picherit 2018: 143).⁷

A hangvétel megváltozása Olaszország háborúba történő belépéséhez kötődött. Közvetlenül az olasz hadba lépés előtt a Budapesti Hírlap több cikkben számolt be arról, hogy az olasz szabadkőművesek intervenciópártiak, a tudósítók a társaságot franciabarát erőként tüntették fel. Egy alkalmi levelező megállapítása szerint Olaszországban a francia szabadkőművesek szabadon izgathattak a háború mellett; a levelező emellett kiemelte az ottani republikánizmus antikatólikus tendenciáit. A lap arról is beszámolt, hogy az intervenciót ellenző olasz szocialisták a szabadkőműveseket háborús felbujtóként kezelik. Az olasz szocialista kifogásokról író szerző a szabadkőművesek és a demokrácia között is azonosítást tett, tudósítása szerint az *Avanti!* támadta a „szabadkőműves demokráciát”.⁸

Az olasz szabadkőművesség ilyen jellegű beállítása ugyanakkor valódi olaszországi politikai folyamatokat is megjelenített. Az olasz szervezet a szabadkőművességnek egy franciához hasonlóan átpolitizált változatát képviselte, amely többféle irányzatot foglalt magában. Csupán az olasz páholyok negyede volt az alkotmányos monarchia híve, összességében a radikális, a republikánus és a szocialista páholyok alkottak többséget. Ez egyfajta antikonzervatív éllel járt együtt, 1913-ban például az olasz szabadkőművesek *L'idea democratica* néven indítottak hetilapot. Antonio Salandra olasz miniszterelnök memoárja a nagymester Ettore Ferrarit egyértelműen intervencionistaként írta le, aki a nyilvánosságban is megpróbálta a szervezetet a hadba lépés érdekében felhasználni. Salandra egyebek mellett a katolikusok intervencióellenességét is a szabadkőművesekkel kapcsolatos ellenszenvre vezette vissza. A visszaemlékezés szerint a beavatkozást az olasz konzervatívok részben azért utasították el, mert azt a demokraták és a szabadkőművesek is támogatták, a monarchiák közötti Hármasszövetség viszont konzervatív erőként tűnt fel a szemükben. Az olasz közéletben ez utóbbi beállítás elterjedtnek számított, a mazziniánus eszmékhez hű olasz republikánusok a háborút a Risorgimento lezárásának lehetősége mellett a demokratikus és a monarchikus államok közti küzdelemlént is értelmezték.⁹ Salandra szerint az olasz szabad-

7 Római levél. *Budapesti Hírlap*, 1914. IV. 5. 6–7. o., *Vörösek és feketék. Budapesti Hírlap*, 1914. V. 24. 2–4. o., *Kavarodás az ellenzéken. Budapesti Hírlap*, 1914. VI. 3. 4–6. o., *Budapesti Hírlap*, 1914. IX. 13. 17. o., Barbot regényét az tehette érdekessé, hogy az még a háború előtt íródott.

8 A római Kuria helyzete. *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 12. 9–10. o., *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 13. 6. o., *Budapesti Hírlap* 1915. V. 18. 6. o., *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 20. 2. o. Az olasz szocialista lap, az *Avanti!*, valóban tudósított a szabadkőművesek és „klerikálisok” közötti ellentétekről, és egy olyan szöveget is közölt, amely a háborút a „demokratikus” gúnynévvel illette, ám a demokrácia és a szabadkőművesség ilyen direkt azonosítására a május eleji számokban nem sikerült ráakadnom. Valószínű, hogy ez az olvasat a magyar tudósító vagy az ebben az esetben forrásul szolgáló német lap konzervatív szimpátiáit mutatta, igaz, ez az azonosítás a szerző saját forrású, bolognai szocialista gyűlésről szóló cikkében is megjelent. *Avanti!* 1915. V. 10. 2–3. o., *Az Est*, 1915. V. 19. 4. o.

9 A Budapesti Hírlap is beszámolt arról, hogy garibaldista önkéntesek harcolnak a franciák oldalán, az elesett Bruno Garibaldi temetésén pedig az olasz republikánus és demokrata pártok, valamint a szabadkőműves páholyok képviselői is részt vettek. *Budapesti Hírlap*, 1915. I. 8. 9. o., *Budapesti Hírlap*, 1915. I. 30. 4–5. o.

kőművesek maguk is kérkedtek azzal, hogy az intervencióhoz ők adták meg a végső lökést. A döntést valójában meghozó Salandra ezzel természetesen nem értett egyet: ellenérvei szerint a szabadkőművesség és a frankofília helyett a Risorgimento szelleme állt az intervenció támogatása mögött. A volt miniszterelnök emlékirata az összeesküvés-tézisre is kénytelen volt reagálni. A kritikusoknak azt a választ adta, hogy a kabinet nemcsak egy csoporttal, hanem minden hazafias erővel együttműködött. Salandra maga úgy látta, hogy a Ferrari szervezte kampányt az osztrák és német katolikusok ennek ellenére összetévesztették az olasz kormány hivatalos politikájával (Salandra 1928: 138–140 & 219–224 & 232–235 & 351 & 389, De Felice 1965: 90 & 191 & 230).

Az olasz hadüzenetet követően megjelenő, a témát felszínen tartó magyar cikkek már ezt a Salandra által bírált ideologikus olvasatot képviselték. Ebben kétségtelenül közrejátszhatott az, hogy a magyar újságírók forrásai nemegy esetben német kormánypárti konzervatív lapok voltak. Az olasz intervenció kapcsán a félhivatalosnak számító Norddeutsche Allgemeine Zeitungnak a szabadkőművességet és a franciabarátságot is felemlegető cikke a kormánypárti lapokban – a Budapesti Hírlapban, a Pesti Naplóban és a Pesti Hírlapban – fordításban is megjelent. Az olasz hadüzenet után a Budapesti Hírlap a Münchener Postra hivatkozva tudósított arról, hogy a francia és az olasz szabadkőműves páholyok pénze döntő befolyást gyakorolt az intervencióra. A német lap mindenesetre nem tett egyenlőségjelet az antant és a német szabadkőművesek közé, hanem az utóbbiak elhatárolódását közölte. A magyar és a német szabadkőművesek olasz testvéreket elítélő nyilatkozatairól a Budapesti Hírlap szintúgy külön tudósításban számolt be.¹⁰ Burján Károly is reagált az olasz hadüzenetre: ő a római politika fordulatát San Giuliano külügyminiszter 1914 októberében bekövetkezett halálához kötötte. Burján szerint az olasz és a francia páholyok a San Giuliano helyébe lépő zsidó származású Sonnino báró szabadkőműves tagságának segítségével gyakoroltak befolyást az olasz külpolitikára. Burján egyebek mellett a Budapesti Hírlap cikkeire is hivatkozott, ám a forrásai közé tartozott a Norddeutsche Allgemeine Zeitung, a Münchener Post és a Reichspost is.¹¹

Érdekes szem előtt tartanunk, hogy az olasz hadba lépés rendkívül veszélyes helyzetet teremtett, ami a magyar ázatkereső mechanizmusok előhívásával a korábbi tudósításokat is új interpretációs sémába kényszerítette. A Budapesti Hírlap május 30-án közölt vezércikke már az összeesküvés-elméletek megszületését elősegítő krízisszituáció nyomait viselte magán. A cikk részleteket közölt az olasz Nagy-Oriens lapjának háborúpárti írásából, amelyben a szerző amiatt tagadta meg a német szabadkőműveseket, hogy azok – alávetve magukat a „porosz militarizmusnak” – „emberiességükben” csődöt mondtak. A vezércikk magyar szerzője – kérdéses, hogy maga Rákosi Jenő-e – a magyar és a német páholyok elítélő nyilatkozatát dicsérte, kiemelve, hogy azok a régi ideális szabadkőművesi hagyományoknak tettek eleget, ugyanakkor az antant szabadkőműveseivel kapcsolatban azok politikai hatalmáról számos, korábban a leginkább radikális szabadkőműves-ellenes szerzők írásaiban fellelhető állítást fogalmazott meg. A szerző szerint tudvalévő, hogy a francia rezsim a szabadkőműves páholyok uralmán nyugszik, a közhivatalok és a katonai előléptetések Franciaországban a szabadkőművesek jóváhagyásához vannak kötve.¹² A háborús vereség a francia szabadkőművesség bukását is jelentené, az olaszok emiatt siettek francia testvéreik megsegítésére. A cikk elítélte az olasz szabadkőműveseknek az emberiességre hivatkozó retorikáját is. A szerző az olasz támadásról a meglepetség hangján írt. Úgy vélte, az a tény, hogy az általa hivatkozott olasz cikk még áprilisban, vagyis a támadás előtt megjelent, a szabadkőműves beavatkozást jelezte.

10 *Pesti Napló*, 1915. V. 22. 2–4. o., *Pesti Hírlap*, 1915. V. 22. 3–5. o., *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 22. 2–4. o. A Zeitung a német konzervatívokhoz kötődött. *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 29. 5. o., *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 30. 15. o.

11 Burján Károly: Az olasz szabadkőművesek háborúja. *Magyar Kultúra*, 1915. VI. 5. 486–493. o. San Giuliano márki, a Salandra-kabinet még 1914 októberében elhunyt külügyminisztere maga is szabadkőműves volt, ám erre Burján nem figyelt fel. Salandra úgy jellemezte San Giulianót, mint aki felhasználta szabadkőműves kapcsolatait, nem pedig a szabadkőművesség használta őt, ez lényegében a politikához hozzátartozó és bármely egyesületen, így a szabadkőművességen keresztül is folytatható *social networking* leírásának felel meg (Salandra 1928: 138–139 & 351). Érdekes módon Burján Gabriele D’Annunziót, a később Mussolinire is nagy hatást gyakorló irredenta és ultranacionalista olasz irodalmárt például zsidóként állította be. Maga Sonnino báró valóban zsidó felmenőkkel rendelkezett.

12 Ez az állítás a francia szabadkőműves-ellenes irodalom sztenderd tézisének képezte, például a későbbi Vichy-rezsim alatt forgatott *Forces Occultes* című propagandafilmben is prominens helyen szerepelt. A megosztott francia közéletben a szabadkőműves tagság valóban bírt egy olyan jelentéssel, hogy az illető jó republikánus, ami a Harmadik Köztársaság alatt előnyt jelenthetett az állami hivatalokban az előmenetel során. A téma árnyalt taglalására lásd Larkin (1995: 119–127).

A szöveg a francia és az olasz szabadkőművesek elmúlt évtizedekben történt erkölcsi lezüllesztéséről, a nemes ideák elhagyásáról értekezett, tehát nem a francia forradalomig visszamenő összeesküvés-tézist fogalmazta újra.¹³

A cikkben megjelent a szabadkőművesek politikai szerepéről szóló diskurzus két állandóan visszatérő problémája: a szabadkőműves kapcsolati hálót felhasználó politikusok, illetve politikai erők összetévesztése a „szabadkőművességgel”, illetve ezek szerepének felnagyítása. Ehhez kétségtelenül hozzájárult az olasz Nagy-Oriens által vezetett sajtókampány, és az, hogy az intervenciópárti olasz szabadkőművesek a Monarchia valódi ellenségeinek számítottak. Ez utóbbi tény önmagában megkívánta a reakciót, amely azonban az olasz és a francia politikai élet leegyszerűsítő ábrázolásában öltött testet. Az olasz támadás a cikkben egyértelműen „a szabadkőművesek” érdekeként tűnt fel, az irredentizmusról és az Antonio Salandra által is hivatkozott többi politikai erőről a szerző nem vett tudomást. A Budapesti Hírlap szeptemberben már olyan olvasói levelet tett közzé, amely egy Ettore Ferrari által nagymesteri minőségében aláírt, a háború célját a feudalizmus és a reakció utolsó nyomainak elpusztításában és az irredentában megjelölő nyilatkozat alapján a szabadkőművességben fedezte fel a háború szülőatyját.¹⁴ 1915 végére a Hírlap már egyértelmű geopolitikai szerepet tulajdonított a szabadkőműveseknek, akiket saját hazájukban hatalmi klikket alkotó és az antant érdekeiért dolgozó önálló entitásként ábrázolt. A lap az ősz folyamán arról számolt be, hogy a francia és az olasz szabadkőművesek Romániát, Görögországot és Spanyolországot is meg kívánják nyerni ügyüknek, egyebek között majdnem sikerült elérniük a spanyol kormány megbuktatását. A tudósítások szerint számos spanyol, román és görög testvér jelent meg az e célból rendezett szabadkőműves konferenciákon.¹⁵

A szabadkőművesség mint ellenséges ideológia

Az antant államok és a szabadkőművesség között vélt kapcsolat a hazai szabadkőművesek megítélésére is kihatott. Burján Károly a Budapesti Hírlap publicistáival ellentétben már az olasz hadba lépés után egyenlőségjelet tett az olasz és a magyar testvérek közé. Értelmezése szerint a magyar szabadkőművesség már a háború kitörése előtt is az állam, a királyság és a kereszténység aláásásán dolgozott, amire egyes republikánus tendenciájú magyar páholyok nyilatkozatait hozta fel példaként. Burján kifejezetten a polgári radikálisok – akik a szemében nem képviseltek a szabadkőművességtől elválasztható önálló platformot – írásaira is reagált, a Jászi Oszkárék által a nemzetiségi kérdésben elfoglalt álláspontot az ellenség ügyének támogatásaként értelmezte.¹⁶ Burján Jászi Oszkárt és körét a szabadkőművesség és a szarajevói merénylet összefüggéseit tárgyaló összes cikkében megvádolta azzal, hogy valójában a szerbekkel szimpatizál. Ennek a nézetének közvetlenül a háború kitörése után hangot adott, ekkor a „szabadkőműves irodalmat” – valójában a polgári radikális Huszadik Századot és a Világot – azzal vádolta, hogy effektíve a szeparatista, irredenta mozgalmakat támogatják. Ennek alapját többnyire a merényletet követően született, a nyomozóhatóságokat és a szerbellenes hangulatot bíráló, Burján által szerbbarátnak minősített radikális publicisztika alkotta. A szerző nem felejtette el megemlíteni a „szabadkőművesek” antimilitarizmusát sem; az utóbbi bírálat a francia szabadkőműves-ellenes publicisztikában is bevett elemnek számított. A Magyar Kultúra Burján írásával egy számban tette közzé egy francia katolikus szerző szövegének fordítását, amely a francia páholyokat az antimilitarizmus melegágyaként, a nemzet lefegyverzésének előkészítőjeként ábrázolta. Burján arra utalt, hogy ezek a megnyilvánulások egy tervszerűen üzött

13 A szabadkőművesség és a háború. *Budapesti Hírlap*, 1915. V. 30. 1–2. o.

14 *Budapesti Hírlap*, 1915. IX. 25. 8. o.

15 *Budapesti Hírlap*, 1915. X. 26. 10. o., Az ellenséges páholyok munkában. *Budapesti Hírlap*, 1915. X. 29. 9. o. A beszámoló lényegében a szabadkőműves politikai kapcsolati hálójának az antant érdekében történő felhasználásáról szóltak. Jellemző, hogy a bukaresti radikális páholyok működésével kapcsolatban azt is megemlítették, hogy az orosz kormány ugyanúgy pénzzel támogatja a román antantbarát erőket.

16 Burján Károly: Az olasz szabadkőművesek háborúja. *Magyar Kultúra*, 1915. VI. 5. 486–493. o.

program elemeinek minősülnek, ami alapján valószínű, hogy már ekkor felmerült benne a szabadkőművességnek a háború kirobbantásában, illetve a Monarchia feldarabolását célzó irredenta mozgalmakban játszott szerepe.¹⁷

A háború és a nagyszerb nacionalizmus kapcsolata, az irredentizmusra visszavezethető olasz és román hadba lépés, valamint a polgári radikálisok nemzetiségi kérdésében elfoglalt álláspontja termékeny talajt biztosított azon elképzelések számára, amelyek a szabadkőművességet a Monarchia szétrombolását célzó erőként tüntették fel. Ehhez nagyban hozzájárult az, hogy a területi követelésekkel rendelkező Szerbiával, Olaszországgal, végül Romániával kitörő háborút követően – amelyek esetében minden alkalommal felmerült a szabadkőműves kapcsolatok gyanúja – a Monarchia feldarabolása végül az antant deklarált külpolitikai céljává vált. Ennek köszönhetően az antantállamok propagandájában előtérbe került a nemzetiségi kérdés, a monarchiaellenes külföldi sajtómunkások között pedig olyan publicisták is feltűntek, mint a Scotus Viator álnéven író Robert William Seton-Watson, aki már a háború előtt is harciasan bírálta a magyar nemzetiségi politikát. Mindez a magyar sajtó figyelmét sem kerülte el, az ellentámadásnak pedig megjelent egy kifejezetten a polgári radikálisokat célkeresztbe állító változata is. Ehhez kétségtelenül hozzájárult az, hogy Jászi Oszkár a skót szerzőt a háború előtt többször is védelmébe vette (Jeszenszky 1986: 204–336, Beretzky 2005: 15–35, Klestenitz 2015, Jeszenszky 2019: 6–39).

Jászi rokonszenve miatt Burján Károly Scotus Viator a Magyarország ellen szervezkedő szabadkőművesség egyik ügynökének tartotta, a Világot, a polgári radikális szabadkőművesek lapját pedig megvádolta azzal, hogy a nemzetiségi kérdésben mindig a magyarság érdekei ellen foglalt állást. Az irredenta mozgalmakkal fennálló kapcsolat Burján 1917–1918-as cikkeiben is megjelent, az antant által meghirdetett nemzetiségi elvet például szabadkőműves találmányként értelmezte, és hangsúlyozta az utóbbiaknak az olasz irredentizmussal ápoló kapcsolatát. Burján Jászi Oszkár nemzetiségi kérdéssről szóló kötetét az antant által propagált nemzetiségi elv magyar reprezentánsaként kezelte, külön kritikával illette Jászit, amiért az nem vesz tudomást a szeparatizmus jelenlétéről.¹⁸

Az utóbbi értelmezés a Budapesti Hírlapban is megjelent, annál is inkább, mivel Rákosi Jenő már a háború előtt is a polgári radikálisok elszánt kritikusanak számított (Sipos 2009: 101–102). A Hírlap egy 1917-es cikke szerint a nyugati szabadkőművesség nyíltan politikai felekezetté vált, és mára markában tartja az antanthatalmakat, köztük részben Angliát. A Burjánhoz hasonlóan a Világ publicisztikáját támadó cikk a szabadkőművesként azonosított Jászi-féle mozgalom szemére vetette, hogy az a nemzetiségi kérdésben lényegében az antantéval egyező, hipokrita álláspontot foglal el. A lapban egy 1918-ban megjelent írás az antantállamok szabadkőműveseit a háború elszánt támogatóiként festette le, és szembeállította őket a magyar szabadkőművességgel, akiket békepártiként, azaz burkoltan az antant érdekeit szolgálóként aposztrofált.¹⁹ Az értelmezés közvetlenül a háborút követően is tovább élt. A Nemzeti Ujság egy publicistája 1919-ben már teljes mértékben egyenlőségjelet tett a francia Nagy-Oriens és a magyar szabadkőművesség közé, a lapban szintén publikáló Burján Károly pedig a Jászi-féle polgári radikálisok és Scotus Viator nézetei, valamint az immár valósággá vált szeparatizmus közötti kapcsolatokat taglalta. Burján a „zsidó radikálisokat” a francia szocialisták iránti szimpátiával vádolta, akiket többek között a bolsevizmus francia képviselőiként állított be.²⁰

A tézis fejlődéséhez mindezek mellett nagyban hozzájárulhatott az antantállamokban, különösen Franciaországban végbemenő, a háború keltette szükséghelyzet magyarozatának igényéből fakadó ideologikus reakció. A háború nem csak a központi hatalmak konzervatív vagy keresztényszocialista köreiből járt az ideologikus geopolitikai magyarozatok felbukkanásával: hasonló folyamatok a francia radikális republikánus körökben ugyanúgy megfigyelhetők voltak. A francia radikálisok és így a velük szoros kapcsolatban álló szabadkőművesek között a nemzetközi kapcsolatok Martin Wight megfogalmazása szerinti kantiánus szemlélete volt elterjedtnek

17 Burján Károly: Háborúnk és a szabadkőműves irodalom. *Magyar Kultúra*, 1914. IX. 20. 53–60. o., Gustave Gautherot: A szabadkőművesség eredete. *Magyar Kultúra*, 1914. IX. 20. 63–80. o.

18 Burján Károly: Az entente nemzetiségi elve és a szabadkőművesség. *Magyar Kultúra*, 1917. II. 20. 158–165. o., Burján Károly: A zsidókérdés. *Magyar Kultúra*, 1917. IV. 20. 337–346. o.

19 A magyar szabadkőművesség kezdetben valójában a háború hívének számított, és csak fokozatosan jutott el a békekezdeményezések támogatásáig (Vári 2022).

20 Radikálisok és szabadkőművesek. *Budapesti Hírlap*, 1917. VII. 19. 2–3. o., Szabadkőművesek és szocialisták. *Budapesti Hírlap*, 1918. VII. 28. 1–2. o., Burján Károly: Idéztetünk – idézünk. *Nemzeti Ujság*, 1919. XII. 3. 1. o., *Nemzeti Ujság*, 1919. XII. 11. 3. o.

tekinthető. Ez a háborút mint az államok közötti konfliktusok rendezésének eszközt elutasító nézetrendszer retorikai szinten a francia szabadkőműves orgánumokat 1914 előtt is áthatotta. A francia pacifista radikalizmus ellenségsége már a háború előtt is Németország „militarizmusában” volt megragadható. A harcok a republikánus ideológia ezen elemét is mozgósították, mivel az magyarázatot nyújthatott a Franciaországban német agresszióként értelmezett háború kitörésére. Az új geopolitikai ideológia szorosan összefonódott a francia nacionalizmussal, Franciaország ebben a narratívában a német „feudalizmus” és „militarizmus” ellenpólusaként, az emberi jogok szülőhazájaként tűnt fel. Az értelmezés szerint a háború nem egyszerűen két szövetségi rendszer, hanem két ideológia és társadalmi berendezkedés között zajlik, a demokráciák a harcmezőn a központi hatalmakkal azonosított despotikus feudális birodalmakkal állnak szemben. Franciaországon kívül ez a beállítást az olasz republikánus retorikában is megfigyelhető volt, az olasz republikánizmussal szorosan összefonódó Nagy-Oriens nyilatkozatai a fent vázolt ellenségség átvételéről tanúskodtak (Gotovich 1987: 75–92, Bull 1992: xi–xx, Wight 1992: 214, Irvine 2006: 132–136).

Hangsúlyoznunk kell, hogy ugyan a francia és az olasz szabadkőművesek csúciszervei nyilatkozataikban valóban ezt az ideológiát jelentették meg – a szabadkőművesség humanitásra hivatkozó retorikájába az elképzelés jól beilleszthető volt –, az nem a szabadkőművesség, hanem az azt Franciaországban átható és sokkalta nagyobb eléréssel rendelkező radikális republikánus milió teremtménye volt. A radikálisok minden befolyásuk ellenére sem alkottak a francia politikai életben abszolút többséget; az Union Sacré, a világháborús francia egységkormány a katolikus pártokat ugyanúgy magában foglalta. Az Egyesült Államokban ugyanakkor hasonló retorikai elemek felhasználásával indokolták meg a beavatkozást, a Wilson elnök által is képviselt amerikai internacionalizmus a nemzetközi kapcsolatok jellegéről alkotott elképzeléseiben a francia radikálisok rokonának volt tekinthető (Larkin 1995: 149–152, Mazower 2012: 123–125, Wertheim 2020: 21–26).

Ez az ideologikus beállítás a szabadkőműveseket figyelő ellentáborra is hatást gyakorolt, a német szabadkőműves-ellenes körökben a francia ideológia tükörképe már 1915-ben megjelent. Az ellenreakció azt, hogy a „francia szabadkőművesek” szemében Németország és a Monarchia a „monarchizmus” és a „klerikalizmus” bástyájaként tűnt fel, megfordította, és amellet kezdett érvelni, hogy a francia reakció alapján a két állam a valódi kereszténységet védelmezi. Az elképzelés filozófiai megalapozása ezt az eredetileg az ellenséges helyzet megideologizálását szolgáló beállítást összekötötte a tradicionális összeesküvés-tézissel, aminek köszönhetően a német nyelvterületen a két eredetileg nem feltétlenül azonos olvasat fúziója a háború alatt előállt (Rogalla von Bieberstein 1992: 134–135).

Az elképzelés Magyarországon is hatott; a Magyar Kultúra például közölte a koncepció megteremtésében kulcsszerepet vállaló Hermann Gruber egyik tanulmányának fordítását. Gruber a németek „militarizmusát” – szembe menve a francia propaganda értelmezésével – már pozitív tulajdonságként írta le. Burján Károly egy 1916-os cikkében a központi hatalmakat mint a keresztény konzervativizmus képviselőit nevezte meg, Jászi Oszkárnak és a magyar szabadkőművességnek pedig a szemére vetette, hogy a háború előtt a legteljesebb szolidaritást vállalták az olasz és a francia páholyok jelszavaival. Erre az ellenség meghatározásával történő azonosulásra mutat egy példát, ahogy Bajcsy-Zsilinszky Endre 1918 októberében a Budapesti Hírlap számára íródott véleménycikkében már olyan emberként jellemezte magát, mint aki nem radikális, szabadgondolkodó, pacifista vagy szocialista, hanem azok ellenkezőjével, a militarizmussal és az imperializmussal szimpatizál.²¹

A tézis legtovább élő eleme mindenestre nem az előző eseményekhez, hanem az 1917 júniusában Párizsban az antant és semleges államok szabadkőművesei számára rendezett konferenciához kötődött. A Horthy-kori irodalomban, illetve napjainkban is felmerült, hogy a konferencián döntöttek Magyarország feldarabolásáról. Mint Ablonczy Balázs bemutatja, erre a valóságban nem került sor, a résztvevők azonban ténylegesen elfogadtak egy olyan határozatot, amelyet a Monarchia feldarabolásának szándékaként is lehetett értelmezni

21 Hermann Gruber: A szabadkőművesek szerepe a világháborúban I–II. *Magyar Kultúra*, 1915. X. 20. 310–322. o., *Magyar Kultúra*, 1915. XI. 5. 364–374. o., Burján Károly: Katzlerovits, a „szerb” és Jászi–Jakobovits a „magyar”. *Magyar Kultúra*, 1916. VI. 20. 571–572. o., Burján Károly: Az entente nemzetiségi elve és a szabadkőművesség. *Magyar Kultúra*, 1917. II. 20. 158–159. o., Egy katona levele. *Budapesti Hírlap*, 1918. X. 20. 1–2. o., Bajcsy-Zsilinszky Endre: Egy pillantás hátrafelé. *Előőr*, 1928. IV. 29. 1–3. o.

(Ablonczy 2022: 20–31).²² A konferencia emiatt a Budapesti Hírlap figyelmét is felkeltette: a lap az eseményről több tudósításban is beszámolt. A július 17-ei szám vezércikke a konferenciát egyértelműen a Monarchia és Magyarország feldarabolására tett kísérletként értelmezte, kapcsolatba hozva azt a polgári radikálisok programjával, az általános, titkos választójog bevezetésével és a nemzetiségi igények kielégítésével. Az elképzelés a következő években is tovább élt, a magyar sajtóban a békekonferencia alatt és közvetlenül utána is megjelentek olyan cikkek, amelyek szerint az azon részt vevő antantpolitikusok valójában szabadkőművesek.²³

Összegzés

A szabadkőművesség és az irredentizmus összekapcsolása a háború kezdetétől fogva jelen volt, az olasz hadba lépéstől pedig az elképzelés nem korlátozódott a politikai katolicizmus hagyományosan az összeesküvés-tézist valló radikális ágára. Bár a Budapesti Hírlap a tézisnek – legalábbis a Magyar Kultúrához képest – mérsékeltebb változatát képviselte, és maga Rákosi Jenő később sem vált a fajvédelem hívévé, az elképzelés a háború alatt kitört korábbi területéről (Sipos 2005 & 2009). A folyamatos jelenlét volt az, ami a későbbiek folyamán sokak szemében igazolhatta annak profetikus jellegét. Az ország felbomlásának tényleges bekövetkezése, amire ez az irodalom figyelmeztetett, a polgári radikálisok őszirózsás forradalomban betöltött szerepével együtt a megszülető szélsőjobb-oldal szemében könnyen legitimálhatta a korábban a politikai kereszténységhez kötődő állításokat, megteremtve a téma körül a hagyományos függetlenségi gondolat és a radikális politikai katolicizmus elképzeléseinek fúzióját.

Irodalom

Ablonczy Balázs (2022): *Száz és múlva lejár? Újabb Trianon-legendák*. Budapest: Jaffa Kiadó.

Barbot, Henri (1914): *Paris en Feu (Ignis ardens)*. Paris: Bibliothèque des Lettres Françaises.

Berényi Zsuzsanna Ágnes (2003): Adatok a magyarországi szabadkőművesség történetéhez. *Múltunk*, 48. évf. 3. sz. 180–210. o.

Beretzky Ágnes (2005): *Scotus Viator és Macartney Elemér: Magyarország-kép változó előjelekkel (1905–1945)*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Bernstein, Serge (1980): *Histoire du Parti Radical. La Recherche de l'Age d'Or 1919–1926* (vol. I.). Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

Bull, Hedley (1992): Martin Wight and the Theory of International Relations. In: Gabriele Wight & Brian Porter (eds.): *International Theory. The Three Traditions*, pp. ix–xxiii. New York: Holmes & Meier – London: The Royal Institute for International Affairs.

Burján Károly (1912): *A kereszténység és a magyarság veszedelme. (A radikálisok kultúrája)*. Budapest: Stephaneum.

Buzinkay Géza (2016): *A magyar sajtó és újságírás története a kezdetektől napjainkig*. Budapest: Wolters Kluwer.

Csunderlik Péter (2017): *Radikálisok, szabadgondolkodók, ateisták. A Galilei-kör (1908–1919) története*. Budapest: Napvilág Kiadó.

De Felice, Renzo (1965): *Mussolini il Rivoluzionario. 1883–1920*. Torino: Einaudi.

Endre László (1942): *A zsidókról. A berni per tanulságai*. Budapest: Stádium.

²² Az 1917-es konferencia Fejtő Ferencnek az 1980-as években franciául írt, a Monarchia felbomlásáról szóló monográfiájában is megjelent (1990). Fejtő a kötetben bemutatta a francia radikális republikánus ideológia antikatólikus és antimonarchikus elemeit, ám azokat magának a szabadkőművességnek tulajdonította.

²³ *Budapesti Hírlap*, 1917. VII. 5. 6. o., *Budapesti Hírlap*, 1917. VII. 15. 18. o., Radikálisok és szabadkőművesek. *Budapesti Hírlap*, 1917. VII. 17. 1–2. o., Szabadkőműves vezérkar az ántánt politikusai közt. *Uj Nemzedék*, 1920. V. 19. 2. o., Kik okozták valójában Magyarország megcsonkítását? *Uj Nemzedék*, 1921. VI. 3. 5. o.

- Fejtő Ferenc (1990): *Rekviem egy hajdanvolt birodalomért. Ausztria–Magyarország szétrombolása*. Budapest: Minerva & Atlantisz.
- G. Fodor Gábor (2004): *Gondoljuk újra a polgári radikálisokat*. Budapest: L'Harmattan.
- Gotovich, José (1987): Franc-maçonnerie, Guerre et Paix. In: *Les Internationales et le problème de la guerre au XXe siècle. Actes du colloque de Rome (22–24 novembre 1984)*, pp. 75–105. Rome: École Française de Rome.
- Halpern, Avner (2002): Freemasonry and Party Building in Late 19th-Century France. *Modern & Contemporary France*, vol. 10, no. 2, pp. 197–210, 10.1080/09639480220126134.
- Irvine, William D. (2006): *Between Justice and Politics. The Ligue des Droits de l'homme, 1898–1945*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Jászi Oszkár (1989): *Magyar kálvária – magyar föltámadás. A két forradalom értelme, jelentősége és tanulságai*. Budapest: Magyar Hírlap Könyvek.
- Jeszzenszky Géza (1986): *Az elveszett presztízs. Magyarország megítélésének megváltozása Nagy-Britanniában (1894–1918)*. Budapest: Magvető Kiadó.
- Jeszzenszky Géza (2019): A brit külpolitika útja Ausztria–Magyarország felbomlásához. *Századok*, 153. évf. 1. sz. 5–40. o.
- Klestenitz Tibor (2015): A nagy háború propagandája és a magyar sajtó. *In Medias Res*, 4 évf. 2. sz. 392–410. o.
- Klestenitz Tibor (2020): *Pajzs és kard. Bangha Béla élete és eszmeisége*. Budapest: Századvég.
- Larkin, Maurice (1974): *Church and State after the Dreyfus Affair. The Separation Issue in France*. London: Palgrave Macmillan.
- Larkin, Maurice (1995): *Religion, Politics and Preferment in France since 1890. La Belle Epoque and its Legacy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mazower, Mark (2012): *Governing the World. The History of an Idea*. New York: Penguin Press.
- Mommsen, Hans (1997): Hitler's Reichstag Speech of 30 January 1939. *History and Memory*, vol. 9, no. 1–2, pp. 146–161.
- Mucsi Ferenc (1998): A polgári radikalizmus programjának kialakulása Magyarországon. *Múltunk*. 43. évf. 3–4 sz. 112–142. o.
- Picherit, Hervé G. (2018): A War of Sensibilities: Recovering Henri Barbot's Paris en feu (Ignis ardens). *Journal of Modern Literature*, vol. 41, no. 4, pp. 143–160.
- Rogalla von Bieberstein, Johannes (1992): *Die These von der Verschwörung 1776–1945. Philosophen, Freimaurer, Juden, Liberale und Sozialisten als Verschwörer gegen die Sozialordnung*. Flensburg: Flensburger-Hefte-Verlag.
- Salandra, Antonio (1928): *La neutralità italiana. [1914] Ricordi e pensieri*. Milano: A. Mondadori.
- Sipos Balázs (2005): Az (ellen)propaganda és a keresztény kurzus 1919–1942. *Múltunk*, 50. évf. 3. sz. 3–37. o.
- Sipos Balázs (2009): Magyarságócsárlás, liberalizmus, modernitás. Avagy Rákosi Jenő és a Nyugat találkozása a Budapesti Hírlapban. *Mozgó Világ*, 35. évf. 5. sz. 101–107. o.
- Vári László (2022): A háború támogatásától a békekezdeményezésekig. A Magyarországi Symbolikus Nagypáholy kapcsolatrendszere 1914–1919 között. *Aetas*, 37. évf. 4. sz. 122–129. o.
- Wertheim, Stephen (2020): *Tomorrow the World. The Birth of U. S. Global Supremacy*. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Wichtl, Friedrich (1919): *Weltfreimaurer, Weltrevolution, Weltrepublik*. München: Lehmann.
- Wichtl, Friedrich (1920): *Freimaurer-Morde*. Wien: Vogelsnag Verlag.
- Wichtl Frigyes (1936): *Szabadvilágos gyilkosságok*. Wien: Druckerei Nehardea.
- Wight, Martin (1992): *International Theory. The Three Traditions*. New York: Holmes & Meier – London: The Royal Institute for International Affairs.

Lajkó Ádám az ELTE BTK Gazdaság- és Társadalomtörténeti Tanszékének PhD-hallgatója. Érdeklődési területe a két világháború közötti szélsőjobboldal, a militarizmus és az etnikai konfliktusok. Email: lajko.adam@gmail.com

Fejes Katalin

A nő, aki az 1930-as években diktálta és irányította a divatot: Guthy Böske

Guthy Böske tíz éves divatújságírói karrierje páratlannak számít az 1930-as évek zsurnalisztikájában. Szinte minden reprezentatív eseményen megjelent, írásaiban a modern nő stílusát formálta, ezért a neve egybefonódott a modern nő imázsával. A zsidó származású újságíró a Színházi Élet divatrovatának szerkesztőjeként a társadalmi reprezentáció polgári formáját alakította a magyar társadalomtörténet egy olyan korszakában, amikor az általa képviselt a polgári értékrend fokozatosan háttérbe szorult. Guthy Böske szakmai pályafutása szorosan összekapcsolódik a Színházi Élet megjelenésével. A korszak népszerű magazinjának divatrovatszerkesztője társadalmi státusánál fogva formálta a mindennapok divatját, így jelentős befolyással bírt a magazinban megjelent írások és fotók reprezentációján keresztül a kollektív reprezentációra.

Kulcsszavak: divatújságíró, Horthy-korszak, modern nő, társadalmi reprezentáció, zsidótörténet

The woman who dictated and controlled fashion in the 1930s: Böske Guthy

Böske Guthy's ten-year-long career as a fashion journalist is unparalleled in the journalism of the 1930s. She was present at almost every representative event, shaped the style of the modern woman with her writings, and her name was synonymous with the image of the modern woman. The journalist of Jewish origin, as the editor of the fashion column of Színházi Élet, shaped the bourgeois form of social representation in an era of Hungarian social history when the bourgeois value system that she represented gradually receded into the background. Böske Guthy's professional career is closely linked to Színházi Élet. Due to her social status, the fashion section editor of the popular magazine of the era shaped the fashion of everyday life, and therefore had a significant influence on collective representation through the representation of the writings and photos published in the magazine.

Key words: fashion journalist, Horthy era, Jewish history, modern woman, social representation

Bevezető

Guthy Böske a Színházi Élet képes magazin divatrovatának szerkesztőjeként a divatipar egyik legbefolyásosabb alakjának számított a XX. század első harmadában. Divatújságíróként bejáratos volt az előkelő belvárosi divatszalonokba, valamint a két világháború közötti társasági elit által szervezett rendezvényekre. Tűpontos leírásokban tudósította a lap olvasóit a legújabb párizsi divatról, a szalonokban készülő újdonságokról és a *high society* nőtagjainak öltözködéséről.

A Színházi Élet – 1938-as betiltásáig¹ – széles olvasókörével az egyik legnépszerűbb magazinnak számított, amiben jelentős szerepe volt Guthynak is. Az újságíró nő sikeres szakmai pályája és fordulatos élettörténete áttekintő képet ad a Horthy-korszak nőtársadalmának öltözködési kultúrájáról, reprezentációs szokásairól.

A XX. századi társadalomtörténet kontextusából nézve Guthy életpályája egy korszak lenyomata. Mint szabadfoglalkozású női újságíró aktív résztvevője volt a modernizációs folyamatoknak, az új nőkép kialakításának, viszont zsidó származása miatt a német megszállást és a nyilas hatalomátvételt követően a rendszer üldöztette.

Családi háttér és iskolák

Guttman Jenő üzletvezető és Kaiser Amália 1899. május 20-án kötött házasságot Budapesten, a VII. kerületi anyakönyvvezetői hivatalban. Egy évre rá megszületett a házaspár első gyermeke, Irén, majd 1901. április 12-én Erzsébet, végül hat évvel később Ilona. Az öttagú család az apa kereskedői bevételéből szerényen élt az Aradi utca 11. szám alatt, de a lányoknak a szülők – lehetőségeikhez mérten – a legjobb neveltetést igyekeztek biztosítani. Erzsébet a budapesti IV. kerületi községi Leánygimnáziumban végezte el a felső iskolai tanulmányait, ami lehetővé tette számára a továbbtanulást.

A Váci utca 43. szám alatt működő leánygimnázium egykori telkét 1882-ben vásárolta meg a főváros, és két éven belül felépítette az állami polgári leányiskolát. Az iskolát 1895-ben szülői kezdeményezésre felsőbb leányiskolává szervezték át, majd tíz év elteltével gimnáziumi rangot kapott, 1908-tól pedig felsőkereskedelmi leányiskolaként működött. Az iskola vezetősége az évente kiadott iskolai értesítőben rendszeresen beszámolt a fejlesztésekről, az eredményekről, a tanári karról és a diákokról. Erzsébet az 1919–20-as tanév végén tett jeles érettségi vizsgát Kundt Ernő osztályában. Az iskolai értesítő a vizsgák menetéről röviden nyilatkozott, holott az 1919–20-as tanévet megelőzően részletes beszámolók készültek a vizsgatételekről, a vizsgabizottságról és a vizsgák eredményéről. Az 1919–20-as év vizsgáiról mindössze annyi áll az értesítőben, hogy Erzsébet osztályából, a 8/c-ből harmincnegyes és öt magántanuló jelentkezett vizsgára. Az írásbelire 1920. június 9-e és 12-e között került sor, a szóbelire június 25-e és 28-a között, a negyvenhárom tanuló közül pedig tizenöt vizsgázott jelesre.

Az értesítő szűkszavúságát az iskola vezetése a pusztító erejű forradalommal indokolta, amely megtépázta az erkölcsöket, a tekintélyt, a tiszteletet (Hollósy 1920). Miután több fegyelmi vizsgálatot lefolytattak és elbocsátották a forradalomban exponált tanárokat, újra megkezdődött a tanítás.

Vajon miért választották a szülők a Váci utcai felsőkereskedelmi leányiskolát, és mennyiben szólhatott bele a választásba Erzsébet? A zsidó társadalomban a tanulás fontosságának komoly hagyománya volt; mind a fiúk, mind a lányok oktatására nagy figyelmet fordítottak a családok. A XIX. század közepéig házitánító oktatta a lánygyermeket, majd az oktatás intézményesülésével az elemi iskola után polgárba írták a lányokat. A magasnak számító végzettség segítette a lányok társadalmi beilleszkedését, és gyakorlati ismereteket is adott (Nagy 2011). Feltételezhető, hogy a Guttman család egy meglévő tradíciót követett, amikor a lányát beiskolázta. Nem melléleg az iskolaválasztást az iskola diákjainak vallási megoszlása, valamint a szülők foglalkozása is befolyásolhatta. Guttman Erzsébet iskolai értesítőjének statisztikai kimutatása szerint az iskola diákjai között 32,9 százalék római katolikus, 0,7 százalék görög keleti, 0,7 százalék református, 5,7 százalék evangélikus és 54,4 százalék izraelita

¹ Az 1938. évi sajtórendészeti XVIII. tv. az állami rend megóvása „érdekében” mintegy 410 lapot tiltott be (Sipos 2012), köztük az Incze Sándor főszerkesztésében készült Színházi Élet képes hetilapot.

vallású volt. A szülők foglalkozását tekintve önálló gazda 2 százalék, önálló iparos 11,9 százalék, önálló értelmiségi 11,5 százalék, önálló kereskedő 16 százalék, közalkalmazott 25,2 százalék, magánalkalmazott 20 százalék, egyéb alkalmazott 13,4 százalék volt. Vagyis a szülők hivatása olyan területeket érintett, ahol koncentráltabb volt a zsidóság, mint az ipar, a kereskedelem és a szabadfoglalkozású értelmiségi pálya. A zsidó és – feltehetően – kispolgári család² olyan iskolát választott, ahol az izraelita származású tanulók felülreprezentáltak voltak más vallásúakkal szemben, valamint az apa szakmája alapján is a nagyobb arányszámú csoportokhoz tartoztak.³ A szülők három lánygyereket nevelve sok mindenre igyekeztek felkészülni, a műveltség nélkülözhetetlen volt a jó partihoz, míg a képzettség biztosította az önállóságot. Igaz, a felső kereskedelmi leányiskolák elsősorban az általános műveltséget adó tárgyakat és a nyelveket tanították magasabb óraszámokban, vagyis a nőnevelést tartották szem előtt, szemben a szakmai felkészítést adó női kereskedelmi iskolákkal (Nagy 2011).

Guttman Erzsébet jeles érettségi vizsgával jól eséllyel felvételizett a Budapesti Királyi Magyar Pázmány Péter Tudományegyetemre, ahol 1924-ben szerezte meg közgazdasági diplomáját (Bozzay 1931). A Magyar Asszonyok Lexikonjának szócikke azt is megemlíti, hogy Guttman az egyetemi éve alatt nőegyletekben tartott beszédeket, valamint Felek Gyéza ösztönzésére néhány cikket is publikált a Világ című polgári napilapban. A tanulmányait és az újságírói feladatokat nehezen tudta összeegyeztetni, ezért egy idő után felhagyott a riportok készítésével. Miután megszerezte a diplomáját, a Hazai Fatermelő Rt.-nél helyezkedett el titkárnőként. 1923. augusztus 26-án házasságot kötött Lévai Sándor kereskedővel, de házasságuk mindössze egy évig tartott, 1924. október 4-én elváltak. Források hiányában nehéz nyomon követni, hogy az egyetem utolsó éve alatt kötött-e házasságot, vagy diplomáját 1923 nyarán szerezte meg, és ezt követően ment hozzá Lévaihoz. A diplomájának megszerzéséről egyetlen dokumentum áll rendelkezésre, a *Magyar Asszonyok Lexikona*, amelyhez Guttman maga adott információkat; abban a 1924-es év szerepel.

A nagyvilági élet küszöbén

Guttman Jenő jó érzékkel alapozta meg lánya jövőjét, amikor kiválasztotta a középiskolát, illetve biztosította az egyetemi tanulmányait. Erzsébet olyan ismereteket szerzett, amelyek a későbbi évek során maximálisan a hasznára váltak. Három nyelven beszélt, angolul, németül és franciául, emellett jó kommunikációs készsége miatt könnyedén mozgott különböző társadalmi rangú társaságokban. Az intelligens, okos és egyben gyakorlatias fiatal nő 1926–1927 körül a francia Riviérán töltött rövidebb időt, ami meghatározó szerepet játszott további karrierje alakulásában. Cap Martinben ismerkedett meg a magyar revízió egyik fő támogatójával, Lord Rothermere-rel, aki budapesti titkárnőjének nevezte ki. Hogy pontosan mit jelentett ez a feladat, és miként került kapcsolatba a brit sajtómágnás-politikussal, az Associated Newspapers Limited tulajdonosával, arra vonatkozóan nincsenek források, ám elképzelhető, hogy közvetetten tartozott a lord köréhez.

Érdemes elgondolkodni azon, hogy a zsidó kispolgári családból származó Guthy Böske hogyan került kapcsolatba a revizionista körökkel. Vajon szerepet játszott-e ebben zsidó származása? Hiszen Lord Rothermere környezetében találjuk a jómódú, középosztálybeli zsidó családból származó Léderer Lajost, a Pesti Hírlap újságíróját, vagy a szintén zsidó polgárcsaládból származó, bécsi születésű Stephanie Richtert, a későbbi Hohenlohe hercegnőt is. Esetleg az újságírói pálya hozta össze őt Rothermere köreivel, vagy társalkodónőként kísérte valamelyik főrangú dámát? És mit érthetett Guthy az alatt, hogy Lord Rothermere megbízta és kinevezte budapesti titkárnőjének (Bozzay 1931)? Ami biztos: a művelt, több nyelven beszélő, intelligens fiatal nő, aki egyetemista korából újságírói gyakorlattal is rendelkezett, felkelthette a revizionista körök figyelmét, ezért

2 Sándor Anna 1983-ban egy rövid portrét írt Guthy Böskéről. Ebben hivatkozik arra, hogy a család az Aradi utca 11. szám alatt lakott egy udvari lakásban, mint hozzájuk hasonló más kispolgári családok (Sándor 1983).

3 Guttman Jenő az 1928-ban kiadott Budapesti Cím- és Lakásjegyzékben (1928) mint műszakicikk- és anyag-nagykereskedő szerepelt. A bejegyzés szerint társa dr. Kerekes Sándor, aki 1922-ben feleségül vette a legidősebb Guttman lányt, Irént. Elképzelhető, hogy évekkel később közös vállalkozást indítottak, vagy Kerekes csendestársként lett tagja az üzletnek. Guttman egy évvel később, 1929. augusztus 31-én halt meg, szívelégtelenségben. Így az is lehetséges, hogy a társulást az egészségi állapota sürgette.

lehetséges, hogy részt vett a Magyar Revíziós Liga propagandafüzeteinek szerkesztésében. Az viszont kétségtelen, hogy a dél-franciaországi tartózkodása előkészítette és egyben meghatározta egész újságírói és rovatszerkesztői pályafutását. A Riviérán olyan közegbe került, amely funkcionális kapcsolatokra és hálózatokra épült, így alkalma nyílt későbbi társasági és társadalmi kapcsolatait megalapozni, és egy új életstílust és életmódot elsajátítani. A Színházi Élet divatrovatszerkesztőjeként tudósításait, riportjait az a könnyed francia elegancia hatja át, amit a rövid francia utazása alatt sajátított el.

Alig volt jelentősebb pesti napilap vagy folyóirat, amelynek ne lett volna divatrovata, de e rovatok vezetőjére senki sem emlékszik. Guthy Böske volt az egyetlen, aki színes, eleven tudósításaival nevet és rangot szerzett magának, akinek divattudósításai kis műreemek voltak, s akinek utasításai a divat terén olyan jelentőséget nyertek, mint a nagy divatkreátoroké. Nők százai kísérték figyelemmel a Színházi Életben hétről-hétre megjelent divatrovatát, s neve olyan fogalom lett Budapesten, mint bármely nagy, sikeres színésznőé (Szenes 1959: 5).

Az egykori bergen-belseni lágertársnő, Szenes Erzsike megemlékezése pontos összefoglalása annak, mit is jelentett Guthy Böske újságírói tevékenysége a magyar divat terén. Guthy nemcsak tudósította olvasóit a divatújdonságokról, hanem megnyitott előttük egy különleges világot. Szerkesztői és újságírói ismeretei és tudása – amit feltehetően sosem tanult – olvasók százait kötelezték el a Színházi Élet mellett, és biztosították a lap megjelenését egészen a betiltásig. Guthy a magazin egyik kulcsembere volt, aki íráskészsége mellett pontosan tudta, miként alakítsa úgy a rovat tartalmát, hogy az megfeleljen a női olvasók fogyasztási szokásainak. A divatrovat széles olvasóközönséget akart meghódítani, ennek érdekében elhozta a párizsi stílust Budapestre, közelebb vitte a pesti divatot az egyszerűbb olvasóközönséghez, és bevezette őket a társasági élet prominens eseményeire.

Színházi Élet – A divat mindenkié

A Színházi Élet hiánypótló magazinként jelent meg 1913. január elején Incze Sándor laptulajdonos és Harsányi Zsolt főszerkesztő irányításával. Az alkotópáros számos próbálkozás után indította el lapját,⁴ amely a színház, a film és az irodalom legfrissebb hírei mellett a társasági eseményekről, a divatról és a sportéletről is tudósított. A heti lap tematikájával, képes összeállításával elsősorban a női olvasókat tekintette célközönségének, ezt példázza a kezdetben három és hat ezer közötti példányszámmal induló magazin, amelyet a főszerkesztőség tízezer darab fölél emelt, amikor különszámot adott ki a nők ideáljáról, a dán filmsztárról, Valdemar Psilanderről.

A magazin fontos elemének számított a Divatrovat, amelynek szerkesztői feladatait 1928 szeptemberében vette át Guthy Böske Lubovszky Károlytól. Az új szerkesztő az addig divatrajzokkal illusztrált oldalakat gazdag képanyagokkal frissítette, a külföldi divatjelentésekhez a vezető párizsi modellházak fotóit használta fel, míg a pesti divatszalonok újdonságait a pesti *leading lady* fotóival mutatta be. A társasági eseményeken megjelent dámák ruháiról rendszeresen beszámolókat írt, és naprakészen szállította a külföldi divatházak híreit is.

Guthy Böske a XX. század harmincas éveinek modern újságírónője, aki tökéletesen megfelelt a női újságírói pálya professzionalizálódási modelljének. Országos terjesztésű hetilapnál rovatszerkesztőként alakította a korabeli divatot, írásaival a női megjelenést formálta, és meghatározta a divatirányokat. Feltehetően rendelkezett újságírói igazolvánnyal, a szerkesztőségben íróasztallal, részt vett a szerkesztőségi üléseken, és fizetése biztos és kényelmes megélhetést biztosított számára (Sipos 2019). Kollégái megbecsülték, élvezte a főszerkesztő bizalmát, hiszen számos reprezentatív eseményen képviselte a magazint.⁵

Guthy újságírói tehetségét élvezetes és részletgazdag beszámolóik igazolták. Kifinomult, de határozott ízlése szinte csalhatatlan volt. Nem véletlen, hogy a Színházi Élet különböző szépségversenyek zsűrijébe is Guthyt

⁴ Az alapítók 1910. október végén indították el a Színházi Hét című lapot, de a rapszodikus pénzügyi finanszírozás miatt szakítottak a mecénásukkal, és 1913. januárjától új lapot hoztak létre Színházi Élet címmel.

⁵ Edelsheim-Gyulai Éva születésnapja (1932), Miss Magyarország kísérője a madridi Miss Európa választáson (1932), Operaházi premier (1936), Az arisztokrácia által szervezett divatrevü a Csekonics palotában (1937), Apponyi Geraldine esküvője (1938).

delegálta.⁶ Ezek a versenyek a fiatal lányoknak egy lépést jelentettek az álmaik elérése felé. A szépségkirálynői cím azt a világot hozta közelebb, amelyet a korszak kedvelt amerikai filmjei vagy a nagy sikert aratott romantikus vígjátéka, a *Meseautó* (1934) kínált. Az irodistaként, titkárnőként, banki alkalmazottként dolgozó nők az írógép mögött legfeljebb csak ábrándozhattak arról, hogy egyszer rájuk mosolyog a szerencse, és beülnek a meseautó párnázott ülésére. „Az ember először ruhát, autót kíván, hogy ne járjon rongyosan és gyalog. Aztán jelentkezik ennek a vágnak leánya: a ruha, az autó legyen szép, hogy elegáns autóban elegánsan ülhessen” (Laczkó 1934: 343). A luxust jelképező autó az 1930-as évek tárgyi reprezentációjának olyan elengedhetetlen kelléke volt, mint a csodálatos ruhák, a mesés ékszerek és a pazar villák. A divat és a filmek a nőkben a luxus iránti vágyat ébresztették fel, azt sugallva, hogy a szépség és az erkölcsösség elnyerheti jutalmát, és az álom válóra válhat.

Az elit és a felső-középosztály nőtagjai a belvárosi divatszalonokban könnyen hozzájuthattak a magazinok oldalain bemutatott, francia minta alapján készült divatos modellekhez, ám a divatszalonok szolgáltatásait sokan nem tudták megfizetni. Mivel a Divatrovat mindenkire szólt, ezért azoknak is kínált alternatívát, akik kevés pénzből, de divatosan szerettek volna öltözködni. A Divatposta oldalán Guthy azoknak válaszolt, akik levélben kértek tanácsot vagy ötletet a szerkesztőtől a ruhatárjuk átalakítására. A jeligével beküldött kérdésekre Guthy a legtöbbször az otthoni szabás-varrást javasolta mint praktikus és pénztárcakímélő megoldást: „Alakítások” jeligére a válasz: „A kék ruha raffolt részét bontsa ki s toldja úgy a szoknyába, hogy annak bősége jó legyen. A pelerinből csináljon csípőrészt s így a hossza is jó lesz. Ezt a ruhát délután is viselheti, mert így átalakítva majdnem bokáig fog érni.”⁷ Az 1930-as és az 1940-es években a varrás sok nő számára olyan gyakorlati tudás volt, amelyet még a középiskolai tanulmányaik során sajátítottak el, így némi ügyességgel valóban át tudták alakítani ruhájukat a legújabb divat szerint.

Kép és szöveg/kép vagy szöveg

A XIX. századdal ellentétben a XX. században a munka helyett a fogyasztói vágyak megvalósítása lett az önki-fejezés eszköze (Vörös 1996), a moziban a közönség a divat luxusát élhette át, abban a reményben, hogy egyszer ő is részese lesz mindennek.

Guthy Böske nemcsak a nők luxus iránti vágyát keltette fel, hanem hozzájárult a modern nő képének alakításához is. Divatriportjaiban a nők kiléptek a babaházból a korzóra és a sportpályára, így már nem a reprezentáció tárgyaként, hanem annak alakítójaként jelentek meg. Számukra a divat az önkifejezés eszköze lett, ami belépést biztosított az olyan nyilvános terekbe, mint a társasági élet, a szabadidős programok vagy a sport. „Ahogy ma mosolygó meghatottsággal mélázunk el a régi sportképeken, önkénytelenül az a gondolat támad bennünk, hogy tulajdonképpen a sport a női öltözködés igazi felszabadítója” – írta Guthy az egyik tavaszi számban.⁸

Az újságíró a divatújságírással együtt sajátította el a modernitás fogalmait, és alkalmazta azokat a női divat leírására. Miközben a modern nő független életmódjával, rövidre nyírt hajával, nőiességet hangsúlyozó öltözködésével megosztotta a korabeli társadalmat, addig Guthy leírásaiban a korzón sétáló, a klubban táncoló vagy az autóját vezető nő a divat leading ladyjévé vált.⁹ Az arisztokrata dámák és baronesszek,¹⁰ a polgárcsaládok nőtagjai,¹¹ valamint a korszak ismert színésznői rendszeres szereplői voltak divatrovata beszámolóinak.¹² Guthy

6 Korzó szépe (1924–1925), Balaton Tündére (1925, 1928–1932), Divatkirálynő-választás (1926–1929), Strandszépe verseny (1923–1935), Szépségkirálynő választás (1929–1939) vagy a Goldberger textilgyárral közösen meghirdetett textilverseny (1934–1936).

7 Divatposta. *Színházi Élet*, 1932, 21. évf. 8. sz. 111. o.

8 Sport és divat. *Színházi Élet*, 1929, 19. évf. 31. sz. 14–21. o.

9 Akik után mindenki megfordul. *Színházi Élet*, 1936, 26. évf. 45. sz. 72–76. o.

10 Az Apponyi, az Almássy, a Cziráky, a Bethlen, az Edelsheim, a Hatvany, a Hohenlohe, a Khuen, a Héderváry, a Pálffy, a Prónay vagy az Ullmann család nőtagjai. Társasági dámák, mint manekenek. *Színházi Élet*, 1937, 27. évf. 51. sz., 11–15. o.

11 Dusóczky Józsefné, Hóman Bálintné, Kátay Ernőné, Lánczy Leoné, Murányi Alfrédné, Simon Böske, Sorg Antalné, Sorg Jenőné, Zwack Jánosné.

12 Bajor Gizi, Bársony Rózsi, Honthy Hanna, Perczel Zita, Muráti Lili, Titkos Ilona és Zilahy Irén.

elkísérte őket a bálókra és az estélyekre, az esküvőkre és a partikra, a színházi premierekre és a filmbemutatókra, a sportpályákra és a pesti Belváros szalonjaiba. Hol fotókkal, hol részletes leírásokkal tudósította az olvasókat a megjelent leading ladyk öltözékéről. Szemléletes és részletgazdag írásaiban szinte megelevenedtek a báli és az esküvői ruhák, a hétköznapi kosztümök vagy a sportruházatok. Számára minden kosztüm izgalmas, érdekes és eredeti volt, minden varrást, minden szegést, minden díszítést plasztikusan írt le. A társasági nők öltözékével a modern nő stílusát mutatta be, a belvárosi divatszalonokkal pedig azt a helyet, ahol ez a divat megszületett. Rovatában a pesti Belváros divatszalonjai és a párizsi *haute couture* világa egyaránt kiemelt szerepet játszott, hiszen mindkettő az elit luxusát szolgálta.

Guthy Böske a leírásokkal és a fotókkal a társasági élet ismert aktorainak öltözködését mutatta be. A divat értéke ezáltal olyan szimbolikus tőkévé vált, amely egy társadalmi réteg pozícióját is meghatározta (Nelson Best 2017). A divat követői kiváltságos személyiségek, az elit azon tagjai, akik a magazin oldalain hasonló vágyakat és álmokat ébresztettek a női olvasókban, mint a *glamour* világát megcsillantó filmek hősnői. A divatrovat azonban nem egy életstílust, hanem a legújabb divattrendet népszerűsítette. A divatot pedig sokan követték. Nekik szóltak a jól elhelyezett áruházi hirdetések, a kiadásításokra vonatkozó reklámok és a Divatposta szerkesztői üzenetei. Guthy Böske divatrovata az elegáns francia modellek népszerűsítésével indult, majd a pesti társasági élet eseményeinek leírásával folytatódott, végül az elérhető és megfizethető középosztálybeli nőiességet népszerűsítette. „Nem fontos, hogy sok ruhája legyen. Csak az az egy-két öltözet, amely fölött rendelkezik, finom és diszkrét legyen” – írta válaszul írta a „Takarékos kisleány” jelígre.¹³ Az újságíró jó érzékkel, hogy a divat nem lehet kirekesztő, a divattermékkel – és a magazinnal – széles közönséghez kell szólnia, ezért a luxus mellett a megjelenést hangsúlyozta. Az elit képviselői mint az olvasók „kedves ismerősei” jelentek meg a magazin oldalain, akiket a szerkesztőnő – a görög eposzok szereplőjéhez hasonlóan – állandó jelzőkkel ruházott fel.¹⁴

A politikai és a gazdasági elit szereplőin kívül Guthy a mindennapi diskurzus részévé tette a párizsi és a pesti divatszalonokat is. Érzéletes leírásaiban az olvasók szinte maguk előtt láthatták, ahogy az újságíró portáról portára jár, benéz a neves szalonokba, megtekinti a legújabb modelleket, és mindenről részletes feljegyzést készít. Guthy nem titkolta, hogy akadtak hozzá közelebb álló szalonok, amelyek munkáiról rendszeresebben küldött beszámolókat. A szalontulajdonosokat is – a társasági dámákhoz hasonlóan – állandó jelzőkkel látta el, így megkönnyítette az olvasók eligazodását a szalonok világában.

Habár a magazin fekete-fehér fotókat használt, kivéve a színes címlapot, Guthy írásaival megszínesítette a monokróm képeket. A ruhamodellekről készült beszámolóiban gyönyörű estélyi ruhákról, elegáns kosztümökről írt, amelyeket az olvasók többsége nem engedhetett meg magának, mégis – külső szemlélőként – részese lehetett a luxus világának.

A Színházi Élet megjelenésének huszadik évfordulójára az Újság napilap egy rövid méltatást tett közzé:

Tartalomban és kiállításban igyekezett versenyre kelni a legnagyobb világlapokkal és ma a húszéves stációnál megállapítható, hogy Incze Sándor hetilapja nemcsak tartalomban, de nyomdatechnikailag is a világ legszebb és legtartalmasabb magazinjainak méltó riválisa.¹⁵

A szerkesztőség valóban törekedett arra, hogy felzárkózzon a nevesebb külföldi magazinok mellé, amit jól példáz a Divatrovat stílusa is. A korabeli trendet követve az egyszerű portréfotók helyett Guthy olyan fotókat használt, amelyek megfeleltek a modern nőről alkotott képnek (Nelson Best 2017), ezért a rovat nyitófotóján sport, tánc vagy munka közben volt látható a modell. A sportruhákat síelő, fürdőző, golfozó, kiránduló színésznők mutatták be, míg az estélyi ruhákat és az utcai viseleteket a társasági élet hölgyei.

13 Divatposta. *Színházi Élet*, 1930, 20. évf. 28. sz. 113. o.

14 Finom eleganciájú Horthy Miklósné, Edelsheim Gyulay Lipótné; legbájosabb fiatal grófnő Edelsheim Gyulay Ilona, Apponyi Geraldine; kitűnő, biztos ízlésű Khuen-Héderváry Sándorné; társaság ünnepezt szépsége Tascher Benjaminné; kifogástalan eleganciájú Prónay Györgyné; divatirányító dáma Herzog Andrásné.

15 Amikor a jubiláns másnak szerez meglepetést. *Újság*, 1930, 6. évf. 90. sz. 19. o.

Események

Guthy Böske a lap tudósítójaként számos kultúrtörténeti és történelmi jelentőségű eseményén is részt vett. Annak ellenére, hogy a divatrovat szerkesztője volt, alkalmanként beszámolt a társasági élet kulturális és társadalmi eseményeiről is. Részt vett a *high society* által szervezett bálokon, operaházi premiereken és színházi bemutatókon. Bejáratos volt az elit által látogatott sportversenyekre, mint például a margitszigeti teniszezés, a Concours d'Élegance autóverseny vagy a Millennium-díj.¹⁶ Számos interjút is készített a magazin számára, többek között Párizsban a korszak egyik leghíresebb amerikai filmsztárjával, Robert Taylорral, Budapesten az ünnepelt operacsillaggal, Jan Kiepurával, valamint az amerikai némafilmek egykori sztárjával, Bánky Vilmával.

Tudósított főúri esküvőkről, például Károlyi Alice grófné és Haugwitz Henrik gróf frigyéről, a magyarországi olasz nagykövet lányának házasságkötéséről vagy 1938 májusában Apponyi Geraldine és Zogu albán király tiranai esküvőjéről.¹⁷

Divat- és szépségszakértőként a szépségversenyek zsűrijének – mondhatni – állandó tagja volt. 1933-ban elkíserte Miss Magyarországot, azaz Gál Júliát a madridi Miss Európa versenyre.¹⁸ Részt vett főúri vadászatokon, téli bálokon, jótékonyági rendezvényeken, cikket írt a magyaros stílusú ruhák divatjáról.¹⁹ 1937-ben közös könyvet írt Kálmán Jenő író-újságíróval a pesti belváros társasági életéről, „Csincilla” címmel, amit folytatásokban a Színházi Élet is közölt.

Guthy Böske 1928 és 1938 között a *Színházi Élet* meghatározó tagja volt, aki a divatélet egyik legbefolyásosabb személyiségeként elnyerte a társasági körök és a magazin olvasóinak az elismerését. Szerkesztő és divatszakértő, akinek személyisége és jellegzetes ízlése a XX. század közepén sikeres vezető szerepet játszott a korszak kedvelt magazinjában. Munkatársa, Kálmán Jenő így jellemezte:

Azt mondják, hogy a suszter rendszerint rongyos cipőben jár, ez nem áll Guthy Böskére, a Divat-rovat szerkesztőjére, aki a feje búbjától, a körme hegyéig maga az élő divat, de a kifinomult, leszelidített formájában. Párizsból hozott eredeti Suzy-kalapjait állandóan végigpróbálják a kiadóhivatal és az expedíció összes hölgytagjai. Hullámzó kedély. A legnagyobb nevetésből át tud csapni sírásba s ez főként olyankor történik, ha a szerkesztő egy-két oldalt le akar csípni a rovatából. Szenvedélyes újságíró, társasági dáma, jó pajtás.²⁰

Mindössze csak feltételezhető, hogy a munkája volt a mindene. Rövid ideig tartó első házassága után 1930-ban ment ismét férjhez, Weiner (Síró) György újságíróhoz.²¹ Az *Újság* című napilap munkatársával kötött házasságáról elvétve található információ. A házaspár – vélhetően – Budapesten és Örkényben élt, az utóbbi helyen laktak Síró György szülei is. Örkényben a Weiner-családnak nagyobb szőlőbirtoka lehetett, amelyet Guthy Csúcsú nevű derbygőztes kutyája őrzött.²²

16 A Király-díj (majd az 1940-es évek elejétől Millennium-díj) a galoppversenyek egyik legrangosabb futama volt, amely a divatszalonok számára is fontos eseménynek számított. A szalonok évente négy bemutatót tartottak: szeptemberben az őszi divat, decemberben az estélyi ruhák, márciusban a tavaszi divat, májusban a Király-díj futamára készült toaettek és a nyári ruhák kerültek bemutatásra. A képes magazinok, így a Színházi Élet is árgus szemekkel figyelték, milyen új ruhakölteményekben jelennek meg a társasági hölgyek a lóversenypályán.

17 Tiranai esküvő. *Színházi Élet*, 1938, 28. évf. 20. sz. 4–13. o.

18 Miss Magyarország 1933 elutazott a madridi Miss Európa választásra. *Színházi Élet*, 1933, 23. évf. 22. sz. 22–24. o.

19 A bűvös vadász és az elbűvölt divattudósító. *Színházi Élet*, 1936, 26. évf. 50. sz. 24–27. o. A „Dirndli helyett magyar ruhát” című cikkben Tüdős Klára által indított magyaros ruhamozgalmat üdvözölte. *Színházi Élet*, 1937, 27. évf. 27. sz. 12–14. o.

20 Kálmán Jenő (1935): Helyszíni közvetítés a Színházi Élet szerkesztőségéből. *Színházi Élet*, 25. évf. 43. sz. 74–78. o.

21 Síró György az ügetőversenyek ismert amatőr hajtója volt, akit 1944 tavaszán hurcoltak el. Guthy a felszabadulás után megpróbálta felkutatni férjét, eredménytelenül. A mártírhalált halt újságíróról ügető emlékversenyt neveztek el, amelyet 1946 és 1949 között minden évben megrendeztek.

22 Egy chov-chov gyászos pusztulása. *Magyar Cserkész*, 1937, 18. évf. 9. sz. 26. o.

1938-ban az első zsidótörvény részeként, a XVIII. tv. sajtórendészeti rendelkezése alapján az állami rend megóvása „érdekében” betiltottak kétszáz zsidónak mondott lapot, és felállították a sajtókamarát (Sipos 2012). A betiltás a *Színházi Életet* is érintette, illetve megszűnt Guthy tagsága a Magyar Újságírók Egyesületében. Ugyanebben az évben, december 11-én a zugligeti plébániatemplomban a katolikus vallásra tért át. A vallás-változtatással kapcsolatos döntését nyilvánvalóan a történelmi kényszer szülte, ami egyfajta életstratégiának is tekinthető. Egy bizonytalanná vált társadalomtörténeti helyzetnek megfelelő lépés volt, amellyel a kulturális életre befolyással bíró pesti zsidóság megpróbált választ adni az új rendre. A vallásváltás viszont nem jelentette azt, hogy Guthy Böskét ne tekintették volna zsidónak. A zsidótörvények nem vallási, hanem „faji” alapon diszkriminálták a zsidókat, vagyis ez az életstratégiai lépése valójában nem vezetett sehova. Arról, hogy miként alakult 1939 és 1944 között a sorsa, nincsenek források. A német megszállást követően, 1944 nyarán a kistarcsai internálótáborba került, majd onnan a bergen-belseni koncentrációs táborba. Férjét a Dachau melletti Kauferingbe hurcolták el.

1945 után

Guthy Böske a tifusztól legyengülve élte meg a tábor felszabadítását. Az életét egy amerikai orvosnak, Anthony Davisnek köszönhette. Egy ideig mint *Displaced Person* (DP) a nyugati megszállási övezetben volt, és a Vörös Kereszt segítségével férje keresésére indult (Dunai 2010). A kutatása nem járt sikerrel, férje a holokauszt áldozata lett. Az egykori divatújságíró egyedül tért vissza Budapestre, ahol rövid ideig az induló Szivárvány című hetilap divatrovatának szerkesztője lett. Egy év elteltével azonban végleg elhagyta Magyarországot,²³ és egykori megmentőjének, Davis doktornak a hívására 1946. december 14-én az Egyesült Államokba utazott. Davisszel még az év végén, december 20-án házasságot kötött. Szabadulásának és új életének történetét egykori főszerkesztője, Incze Sándor kérésére a *Magyarok Albuma* című kötetben írta meg.

1949 júliusától egészen a halálig az *Amerikai Magyar Népszava* napilap munkatársa lett, és Női szakasz címmel saját rovatot vezetett. Írásaiban a múltjáról, a hazaszeretetről és az új életéről írt. A tábort, a zsidóságot, az üldöztetést, a holokausztot soha nem említette. A régi barátok közül az egykori divatszalon tulajdonosnővel, a szintén holokauszt túlélő Dünn Alice-zal tartotta a kapcsolatot.²⁴

Guthy Böske 1958. szeptember 11-én súlyos betegség után halt meg, a New Jersey-beli Glen Ridge-ben. Az 52 éves korában elhunyt újságírónő férje, két lánytestvére és azok családja, valamint barátai és kollégái búcsúztatták.²⁵

Összegzés

Guthy Böske hírneve az 1930-as években jól ismert volt a társasági életben és a divatvilágban. Újságírói karrierje és a divatvilágban betöltött szerepe – a források hiányossága miatt – valójában felmérhetetlen. Guthy a divat és a stílus hitelességének olyan viszonyítási pontja volt, amely megváltoztatta a nők divathoz való viszonyát. A belvárosi divatszalonokat – mint Dünn Alice, Ferda Manyi, Neumann Berta, a Förstner nővérek, Rotschild Klára és Rosenthal Béla szalonját – az olvasók széles táborával ismertette meg, közelebb hozva Párizst és

23 „Isten veled Budapest” című írásában búcsúzott el a laptól, munkatársaitól, a fővárostól. *Szivárvány*, 1946, 1. évf. 27. sz. 6. o.

24 Dünn Alice 1935-ben nyitotta meg divatszalonját a Türr István utcában, majd az Aranykéz utcába költözött át. 1939-ben megpróbált kivándorolni az Egyesült Államokba, de a háború miatt erre nem került sor. 1944-ben a német megszállást követően letartóztatták és deportálták. 1945. március 14-én szabadult fel, és francia hadifoglyokkal Párizsba ment. Egy évig az ENSZ-nél, illetve az amerikai konzulátuson dolgozott, hogy papírokat szerezzen. 1946 márciusában vándorolt ki az Egyesült Államokba, és New York államban telepedett le. 1948-ban nyitott üzletet az East 50th Streeten. 1991-ben *Boriska's Prophecy: A True Story of Survival and Renewal Never Told Before* címmel megírta visszaemlékezését a koncentrációs táborban töltött időről. A könyvvel iskolákat járt, és a holokausztról tartott előadásokat.

25 Guttmann Irén férjével költözött Glen Ridge-be, Guttmann Ilona Los Angelesben élt szintén férjével. Guthy Böske meghalt. *Amerikai Magyar Népszava*, 1958, 60. évf. 217. sz. 5. o.

a modern nő stílusát a magyar közönséghez. Guthy Böske divat iránti szeretete és színes fantáziája izgalmas képet festett a korszak társadalmi miliójéről és az öltözködési trendjeiről. Divatszerkesztőként a stílus, a kreativitás és a vizuális történetmesélés jellemezte.

Guthy Böske maga is a modern nő típusát testesítette meg, mind az öltözködésével, mind az életmódjával. Diplomás, elvált nőként, önálló keresőként maga döntött sorsáról. Habár iskoláit a család támogatta, később saját maga irányította az életét, a társadalmi helyzetét adott esetben önmaga és nem a mellette vagy mögötte álló férfi határozta meg (Papp & Sipos 2017). Divatújságíróként bebizonyította, hogy a nőiség túlmutat a bölcsőringatáson és a konyhai személyzet eligazításán, mivel egy nő már a megjelenésével és az öltözködésével is kifejezi önmagát. Az önállóan cselekvő nő típusát jelenítette meg, ahogy azok a divatszalon-tulajdonosnők is, akikről cikkeiben tudósított, valamint a leading ladyk, akiknek modern öltözködését mutatta be.

Guthy Böske pályája a Horthy-korszak társadalmi elitjével és a zsidó származású divatszalon-tulajdonosokkal fenntartott kapcsolata miatt válik különlegesen egyedivé. Olyan korszakban vált sikeressé és a divatot diktálóvá, amikor az öltözködés és a divat a társadalmi reprezentáció mindenki számára jól látható szegmense volt. Tíz év alatt megteremtette a modern nő stílusát, miközben Magyarország folyamatosan távolodott Nyugat-Európától, és a kozmopolita minták, a párizsi divat, illetve a hollywoodi filmvilág által közvetített individualista életérzés helyébe a kollektív nemzeti identitást kifejezni hivatott magyaros viselet lépett.

Irodalom

Bozzay Margit, szerk. (1931): *Magyar Asszonyok Lexikona*. Budapest: Stephaneum Ny.

Budapesti Czim- és Lakásjegyzék (1928). 29. évf. Budapest: Franklin Társulat.

Dunai Andrea (2010): Élet a galutban. Magyar-zsidó „hontalanok” (Displaced Persons) a nyugati megszállás övezetében. *Múlt és Jövő*, 21. évf. 2. sz. 65. o.

Hollósy Béla (1920): *IV. kerületi Községi Leánygimnázium 1918–1919*. Budapest.

Laczkó Géza (1934): *A „szép” az életünkben*. Budapest: Az Est hármaskönyve. Est Lapkiadó Rt.

Nelson Best, Kate (2017): *The History of Fashion Journalism*. London: Bloomsbury Publishing.

Nagy Adrienn (2011): Felsőbb leányiskolák, mint érettségit adó közép fokú szakiskolák a XX. század elején. *Neveléstörténeti Tanulmányok*, 9. évf. 1–2. sz. 7–20. o.

Papp Barbara & Sipos Balázs (2017): *Modern, diplomás nő a Horthy-korban*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Sándor Anna (1983): Mint a mesében. *Új Élet*, 38. évf. 7. sz. o. n.

Sipos Balázs (2012): Sajtó, sajtópolitika és nyilvánosság a Horthy-korszakban. *Korunk*, 23. évf. 11. sz. 76–81. o.

Sipos Balázs (2019): Hogyan lett az újságírás női hivatás is Magyarországon? In: Sipos Balázs & Krász Lilla (szerk.): *A női kommunikáció kultúrtörténete. Tanulmányok*, 167–184. o. Budapest: Napvilág Kiadó.

Szenes Erzsébet (1959): Guthy Böske emléke, *Új Kelet*, 3305. sz. 5. o.

Vörös Miklós (1996): Fogyasztás és kultúra. *Replika*, 21–22. sz. 77–79. o.

Fejes Katalin (Budapest, 1968) az ELTE Szociológia Doktori Iskola Interdiszciplináris Kutatási Programjának hallgatója. A Magyar Nemzeti Filmarchívum munkatársaként két évtizeden keresztül foglalkozott a magyar és az egyetemes filmtörténet alkotásaival. 2016-tól a Forum Hungaricum Kft. kommunikációs és kulturális főtanácsadója. Kutatása a századfordulótól az államosításig tartó időszak magyar történeti szociológiájának olyan szegmensét vizsgálja, amely a zsidó tulajdonban lévő divatszalonok történetére, a tulajdonosok társadalmi beágyazottságára vonatkozik. Email: kati.fejes@gmail.com

Murai András

Helyfoglalás, avagy a mozgókép őskora Magyarországon

Füzi Izabella *A vurstlitól a moziig* című könyvéről

Füzi Izabella *A vurstlitól a moziig* című monográfiájában a hazai mozgóképkultúra őskorszakát vizsgálja, a legelső filmek vetítésétől a mozi intézményrendszerének kialakulásáig. A szerző által megjelölt kiinduló év 1896, mert ekkor készül el Magyarországon az első film, és ebben az évben láthat először mozgóképet a hazai közönség. Bár nemzeti filmtörténetünk születését Zsitkovszky Béla 1901-es *A táncz* című alkotásához kötjük, az első mozgóképet hazánkban öt évvel korábban francia operatőr készítette, a kinematográfot feltaláló Lumière fivérek megbízásából. Füzi a másik korszakhatárt 1914-ben jelöli meg, amit két jelentős változás indokol. Ekkor már egyértelműen kialakul a film előállításának (gyártás), terjesztésének (forgalmazás) és vetítésének (mozi) egymást feltételező, ugyanakkor világosan elkülönülő intézményrendszere, illetve ekkor veszi át a narratív film az uralmat, ki- vagy háttérbe szorítva minden más filmtípust. Ekkoriban tűnnek végleg el a kínálatból az életképeket bemutató és a rövid, trükkökre épülő mozgóképek, és veszi kezdetét az egész estés, történetet elbeszélő játékfilmek uralmának hosszú, máig tartó időszaka.

Azt, hogy mi és hogyan történt a hazai filmkultúrában 1896 és 1914 között, mindeddig senki nem dolgozta fel olyan alaposan és körültekintően, mint Füzi Izabella. *A vurstlitól a moziig* újdonságot jelent a korszak megközelítésében és a vizsgálat módszerében egyaránt. A szerző ugyanis azt a folyamatot tárja fel, amely során a technikai úton előállított kép fokozatosan átveszi a hatalmat a többi szórakoztatási forma felett. Füzi elsődleges célja a mozgókép társadalmi beágyazottságának bemutatása, ezért könyvében a leíró részek mellett a századforduló vizuális attrakcióinak mélyreható analizisét is olvashatjuk.

A magyar némafilmtörténet és különösen a kezdeti évek kevésbé kutatott terület. Ennek az lehet az oka, hogy a némafilmek jelentős része, közel 90 százaléka elveszett vagy megsemmisült. A korábbi hazai némafilm-monográfiák röviden tárgyalják a film első éveit, és elsősorban a gyártásra és a műfaji sajátosságokra fókuszálnak (Kőháti 1996, Magyar 2003), ezzel szemben Füzi Izabellánál a mozgókép és a társadalmi-mediális környezet kölcsönhatása áll a középpontban. Abból az állításból indul ki, hogy a filmet „a korabeli vizuális kultúra technikáival és tömegszórakoztatási formáival összefüggésben érdemes vizsgálni” (5. o.). Ennek érdekében a szerző négy kulcsfogalom mentén veszi szemügyre a mozgókép helyét a századforduló társadalmában: a kiállítási komplexum, a vizuális nyilvánosság, az intermedialitás és a narratív fordulat témák köré szerveződik a szöveg, és ennek megfelelően négy részre tagolódik a kötet.

A könyv az 1896-os millenniumi év tiszteletére megrendezett nagyszabású kiállítás és az Ős-Budavárban megnyitott vurstli látványosságainak részletes bemutatásával indul. Ekkor a mozgóképek legnagyobb vetélytársai a kör- és mozgópanorámák. Füzi amellet érvel *A magyarok bejövetele* című körpanoráma elemzésén keresztül, hogy ez több vonatkozásban „megágyazott” a filmnézés jelenségének és a film nézői használatának. A szerző korabeli újságcikkek elemzésével rekonstruálja a millenniumi vurstlit, és rámutat arra, hogy a századfordulót megelőző években a vizuális örömszerzés fokozatosan technológizálódik, ezzel mintegy előkészítve a terepet a filmnek.

A második fejezetben a szerző a film korabeli nyilvánosságban betöltött szerepét vizsgálja. Fő kérdése az, hogy a film miben más, és miben hoz újat a már meglévő vizuális reprezentációkhoz képest. A millenniumi felvonulást megörökítő Lumière-filmek, valamint az utcai felvételek elemzése kapcsán arra a következtetésre jut, hogy a mozgóképek megjelenése a vizuális nyilvánosságban a privát és a nyilvános szféra közötti határ eltolódásához vezet. Füzi úgy érvel, hogy a korai film szakít az addigi vizuális ábrázolási konvenciókkal, amikor a felvételeken

fontos szerepet kap a véletlen, mert ezzel a mozgókép beemeli a valóság rögzítésébe a pillanatnyiságot (115. o.). Ezt támasztja alá az utcafilmek sajátos, gyakori vonása: a kamerába néző járókelő képe is.

A könyv egyik legérdekesebb része a moziközönség társadalmi összetételének és filmnézési magatartásának leírása, ami azért lényeges, mert a szerző ebben a tekintetben is árnyalja a korábbi vélekedést. A korai mozi közönségét ugyanis elnagyoltan az alsó társadalmi rétegek olcsó szórakozásaként szokás meghatározni, ám Füzi – az egykori sajtóbeszámolókra támaszkodva – egy vegyes összetételű közönség létrejöttének folyamatát tárja az olvasó elé.

A további fejezetekben a szerző kitér a film és a társművészetek kapcsolatára is, ami a filmtörténetben megszokott megközelítési szempont, ám a legelső mozgóképek esetében ritkán kap figyelmet. Részletes leírást olvashatunk az 1898-as, *Mozgó fényképek* című német darabról, amely filmrészleteket épített a színházi előadásba, és amelyet a Vígszínház is műsorára tűzött. Füzi az előadás ügyelőkönyve alapján rekonstruálja, hogy az egyes jelenetekben mikor s milyen filmrészleteket vetítettek. A moziversek is terítékre kerülnek ebben a fejezetben, egyebek mellett Heltai Jenő népszerű műve, *A dal a moziról* (ahonnan a „mozi” szó származik), és Babits *Mozgófénykép* című verse. Ezekben a szerzőt a nézői viselkedés leírása érdekli, azt emeli ki, ami közelebb visz a filmbefogadás megértéséhez.

Végül a filmtörténeti korszakot lezáró és új fejezetet nyitó változásokról olvashatunk, mint az egész estés, narratív film térhódításának piaci körülményei, a nemzeti filmgyártás intézményesülése és a befogadói szokások változása. Az 1910-es évek közepétől már hosszú magyar játékfilmet is vetítenek a mozik, például az 1914-ben készült *A toloncot*, amely Kertész Mihály, később Hollywood híres rendezőjének egyik korai munkája.

A monográfia sajátossága, hogy miközben ősmozgóképekről szól, a szerző mai társadalom- és médiaelméleti fogalmakkal ragadja meg a film funkcióit. Az intermedialitás, a hibridizáció vagy a rituális olvasat olyan fogalmak, amelyek elsősorban a jelenkori média értelmezésére használatosak, ám most a százhusz évvel ezelőtti filmkultúra megértését szolgálják. Ezért a szöveg elmélyült olvasást igényel, és az elméleti összefüggések kicsit nehézkes megfogalmazása nehezíti a befogadást.

Jó kézbe venni az igényes kiállítású, filmképekkel, korabeli fotókkal, plakátokkal gazdagon illusztrált könyvet. A magyar filmtörténet kutatásában hiánypótló munkáról van szó, de tág perspektívája okán a századforduló tömegkultúrája, sajtója és színháza iránt érdeklődőknek is bizonyára új részletekkel és összefüggésekkel szolgál. Bátran ajánlható egyetemek médiatörténeti kurzusain is. (Füzi Izabella: *A vurstlitól a moziig. A magyar vizuális tömegkultúra kibontakozása (1896–1914)*. Apertúra könyvek sorozat, Pompeji, Szeged, 2022, 285 oldal, ISBN 978-963-89000-6-7, 3800 Ft.)

Irodalom

Kőhádi Zsolt (1996): *Tovamozduló ember, tovamozduló világban. A magyar némafilm 1896–1931 között*. Budapest: Magyar Filmintézet.

Magyar Bálint (2003): *A magyar némafilm története (1896–1918)*. Budapest: Palatinus Kiadó.

Murai András egyetemi docens, a Budapesti Metropolitan Egyetem Kommunikációtudományi Intézetének vezetője. Kutatási területe a magyar filmtörténet, valamint a film és a társadalmi emlékezet kapcsolata. Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Magyar filmtörténet kezdőknek és haladóknak Gelencsér Gábor Magyar film 1.0 című könyvéről” (2017. ősz). Email: amurai@metropolitan.hu

Maksa Gyula

Tankönyv a médiaműveltségért

Szijártó Imre és Nagy Péter a *Mozgóképkultúra és médiaismeret tankönyv a 11–12. évfolyam számára* című könyvről

A közoktatás tizenegyedik és tizenkettedik évfolyamán tanulható mozgóképkultúra és médiaismeret tantárgy kerettantervének megfelelő, ugyanakkor a kortárs médiakultúra és a középiskolások mindennapjait meghatározó médiakörnyezet jellegzetességeit is figyelembe vevő tankönyv jelent meg nemrég: Szijártó Imre és Nagy Péter munkája. A diákok (és akár a tanárok) médiaműveltségének fejlesztését szolgáló tankönyvről van szó, amely nemcsak a szövegértést, hanem az egyéni és a közös szövegalkotást, a mozgókép-alkotást, a prezentálást, az eszmecesterét, az együttműködési készséget és általában a kreativitást, valamint a kritikai érzéket is fejlesztheti. Nem feltétlenül professzionális újságírókat, kommunikációs szakembereket vagy médiaelemzőket nevel – ez nem is elvárás egy tankönyvvel szemben –, de alapvető médiaértési jártasságokat ad.

A könyv harminc leckéjének nagyjából kétharmada a médiaismerettel, kisebb része a filmmel, azon belül is a magyar filmmel foglalkozik. Vannak olyan fejezetek is, mint például a mozgóképi hatáskeltés eszközeit, a montázst és a mozgóképes elbeszélés témakörét tárgyalók, amelyek hangsúlyozottan mindkét területhez kapcsolódnak.

Az első huszonegy fejezet a médiaismeret kulcsfogalmaival ismerteti meg az olvasót. A fejezetek címei metaforikusan, a médiatudományi szempontból pontosan, szakszerűen megalkotott alcímek pedig tárgyilagosan utalnak a fejezetek témájára. Az egyes leckék a „médiaintézmények”, a „közönségek”, a „médiahasználat”, a „médiahatás” és a „médiaszövegek” kulcsszavak segítségével olyan fogalmi hálót rajzolnak meg, amely alkalmas a média különféle aspektusainak megértésére. Figyelemre méltó, hogy mindeközben a kortárs médiakultúra olyan fogalmai kerülnek előtérbe, mint a mém, az influenszer, az álhír és az információs buborék. A megértésére kínált szempontrendszer annak ellenére egységesnek mutatkozik, hogy a szerzők különféle megközelítésmódokat, elméleti kereteket és médiatudományi részterületeket érintenek. Ilyenek például a nyilvánosságközpontú elméletek, a médiarítus-elmélet, a médiaelbeszélés-elméletek, a különféle hatás- és befogadáselméletek és a sztárkutatások. Az interdiszciplináris fókusz a média kulturális tanulmányozásának szándéka indokolja.

Az utolsó kilenc fejezet háromszor hármas tagolásban mutatja be a magyar film történetét. Az első három főként korszakolással foglalkozik, a második három a magyar filmes kánonok centrumában lévő nagy életművek, Fábri Zoltán, Jancsó Miklós és Szabó István munkásságát mutatja be, az utolsó három pedig a szerzői- és a közönségfilm műfaji szempontjai alapján tekinti át a magyar film történetét. Ezek a fejezetek szorosan kapcsolódnak egymáshoz, olykor még szándékolt átfedésekkel is találkozhat az olvasó.

A jellemzően négy-öt oldalas leckék hasonló módon épülnek fel: a tananyag részletesebb tárgyalását egy bevezető feladat előzi meg, amelynek formái és eszközei különbözőek, de mindenképpen kreativitást feltételeznek a diákok részéről. Például a családtagokkal közös filmnézésre vagy *oral history* jellegű kutatásra invitálnak, prezentációt, videót, rövid írásos összefoglalót készítenek. Ezek a feladatok ráhangolnak a témára, várakozásokat keltenek az olvasóban, és előkészítik a nagyobb tartalmi egységeket. A szerzők a főszöveget gyakran feladatokkal és filmajánlókcal tagolják, az egyes leckéket pedig összefoglalással, a kulcsszavak felsorolásával és szakirodalmi ajánlóval zárják.

A könyv és az egyes fejezetek felépítése, gondolatmenete és nyelvhasználata világos, a megfogalmazás minden esetben tárgyyszerű. A szöveg könnyen érthető, és a példák, a fejezetek mottóinak, az illusztrációknak és a feladatoknak köszönhetően nem nélkülözi a humort és a játékosságot sem. A tankönyv jórészt indirekt módon, de határozottan jelöli ki a tanár feladatait. A szemléltetéshez aktuális példák keresésére, kreatív tankönyvhasználatra és a tananyag értelmező bemutatására ösztönöz.

Egy 2022-ben megjelent mozgóképkultúra és médiaismeret-tankönyv esetében nehezen kerülhető meg két olyan kérdéskör, amely akár hangsúlyosabban is jelen lehetne. Az egyik médiageopolitikai, hiszen a magyar nyelvű

vagy a magyarországi médiáról, a média- és a filmkultúráról írva egyaránt célszerű érvényesíteni a globális és a lokális nézőpontokat. Például a magyar film minden korszakban egy sok összetevőjű magyar médiakultúrának volt a része, mialatt a globális kultúraközi áramlatok is formálták.

A második kérdéskör a film és a média viszonyára vonatkozik. A tankönyv számos pontján érzékelhető, hogy igyekszik egységben vizsgálni a filmet és a médiát. Ez egyfelől megvalósul: társadalmi jelenségként, ugyanakkor a maga megalkotottságában tárgyalja mindkettőt. Másfelől viszont különállónak is tekinthető a fent említett kilenc, „tisztán” filmes fejezet. Nem teljesen világos, hogy a kerettanterv kívánalmain túl, a média más területeihez képest miért éppen a filmről esik szó külön leckékben, és miért ilyen terjedelemben. Mozgóképkulturális és médiaismereti szempontból indokolt lehetne akár a magyar és/vagy nemzetközi televíziózásról vagy a videójáték történetéről is olvasni.

Mindez azonban már túlmutat ennek a kortárs médiakultúrára érzékeny, módszertanilag is újító tankönyv bemutatásának keretein. Bízunk benne, hogy széles körben használni fogják a könyvet a közoktatásban – és ez a honi médiaműveltség javára válik. (Szijártó Imre & Nagy Péter: *Mozgóképkultúra és médiaismeret tankönyv a 11–12. évfolyam számára*. Oktatási Hivatal, Budapest, 2022, 136 oldal, ISBN: 9789634362425, 981 forint.)

Maksa Gyula PhD, dr. habil., tanszékvezető egyetemi docens a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén, a PTE BTK Képregénstudományi Kutatóközpontjának vezetője. Önálló könyvei: *Változatok képregényre* (2010), *Képregények kultúraközi áramlatokban* (2017). Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Keleti típusú képregény Magyarországon és francia nyelvterületen” (2014. tél). Email: maksa.gyula@pte.hu

Bajomi-Lázár Péter

Két könyv a demokráciáról és a populizmusról

John Keane: *A demokrácia legrövidebb története*
Jan-Werner Müller: *Mi a populizmus?*

A 2010-es és a 2020-as években a liberális demokrácia válsága és a populista politika reneszánsza sok gondolkodót sarkalt az okok feltárására. Egyes szerzőket *médiacentrikus* látásmód jellemez: ilyen például a Trump megválasztását és a brexitet elsősorban médiakommunikációs okokkal magyarázó Andrew Chadwick (2017), illetve Manuel Castells (2019) könyve. Másokat inkább *politikacentrikus* látásmód jellemez: ők a demokrácia válságáért elsősorban a médián túli tényezőket tartják felelősnek: ilyen például Jan Zielonka és Jacques Rupnik értekezése (2020). John Keane, illetve Jan-Werner Müller itt tárgyalt könyve az utóbbiak közé tartozik: a szerzők megemlítik ugyan a média szerepét, de csupán futólag.

A demokrácia legrövidebb története és a *Mi a populizmus?* közös vonása, hogy szerzőik történeti perspektívából közelítenek vizsgálatuk tárgyához. Lényeges különbség azonban, hogy Keane könyvének központi témája a demokrácia, s a populizmus kérdését csupán röviden tárgyalja, míg Müller könyvének fókuszában a populizmus kérdése áll, és csupán érintőlegesen vizsgálja a demokrácia témáját. A két könyv közös vonása az is, hogy a populista kormányzás példáit idézve mindkettő éles kritikát fogalmaz meg a kortárs magyar politikai rendszerről.

John Keane: *A demokrácia legrövidebb története*

A médiáról és a demokráciáról a legjobb könyvet John Keane írta, és a találó *Média és demokrácia* címet adta neki. Az 1991-es angol eredetit nyolc évvel később követte a magyar fordítás. A kötet ma része minden komoly felsőoktatási intézmény tananyagának. A Sydney-i Egyetem oktatójának legújabb könyve, *A demokrácia legrövidebb története* 2022-ben jelent meg, és már ebben az évben magyarul is olvashatóvá vált. Keane inkább történész, mintsem politológus szemmel írja le a demokráciák diadalainak és kudarcainak sűrű, dinamikusan változó történetét. Egyúttal igyekszik tipizálni is a létező demokráciákat – e szempontból a „variációk demokráciára” cím talán pontosabb lett volna.

A demokráciák történetét három nagy szakaszra osztja. Az első, a *részvételi demokrácia* „még egy olyan korban született meg, amelyet elsősorban az élőbeszéd határozott meg”. A második, a *képviselési demokrácia* „már elsősorban a nyomtatott kultúra szülötte”. A harmadik – ezt ő *ellenőrző demokráciának* (monitory democracy) nevezi – „kezdettől fogva a multimediális társadalmak sajátja”. Ez utóbbi kulcsmomentuma az, hogy a társadalmi érdekérvényesítésnek és a hatalom szüntelen ellenőrzésének új eszközei és mechanizmusai jöttek létre, és ezek talán legfontosabbika – a nemkormányzati szervezetek mellett – a digitális média:

A képviselési demokrácia korával ellentétben, amikor a nyomtatás kultúrája és a csupán limitáltan elérhető audiovizuális média szükségképpen a politikai pártok és a kormányok felügyelete alatt állt, az ellenőrző demokrácia korában ezek az eszközök már olyan széles körben elterjedtek, hogy olybá tűnik, egyetlen vezető, kormányzat vagy civil szervezet sem rejtőzhet el előlük. Ma már a hatalom legtitkosabb ténykedései is napvilágra kerülnek (214. o.).

Ugyanakkor azt is megemlíti, hogy az új média lehet a hatalmuk megszorítására törekvő oligarchikus vezetők eszköze is.

Amint a radikális demokrata Keane korábbi munkáiban, úgy új könyvében is keverednek a leíró és a normatív elemek. A demokráciát mint a legjobb kormányzati formát ezekkel a szavakkal ajánlja olvasója figyelmébe:

A demokráciában van valami punk. Anarchikus, és sohasem elégedett a fennálló renddel. ... mindig a zsarnoki hatalom célpontjainak és áldozatainak oldalára helyezkedik, kétségbe vonja az ortodox hiteket, fellazítja a biztosnak tűnő határokat, kiszélesíti a horizontokat és minden elemében az ismeretlen felé törekszik. [Lényege a változás, mert] hatalmuk mértékétől függetlenül egyetlen személyre vagy csoportra sem lehet örök időkre rábízni, hogy irányítsák mások életét (241. o.).

Voltaképpen egyetlen hosszúra nyúló, élvezetes esszéről van szó, amely nemcsak az észak-atlanti régió, hanem a globális dél országainak történetéből is merít. Bőséges példatárra támaszkodva tárgyalja a régi és az új populizmusokat, nem feledkezve meg a mai magyar politikai rendszerről sem. A különféle populizmusok egyik legfontosabb közös sajátosságát abban látja, hogy a homogén nép mítoszára támaszkodnak.

Bartók Imre fordításában Keane könyve kitűnő olvasmány. Az olvasó talán csak azt vetheti szemére a szerzőnek, hogy hiszen a törvényhozás az „ellenőrző demokrácia” korában is a parlamenti pártok monopóliuma maradt, ezért kérdéses, hogy valóban a demokrácia új típusáról van-e szó, vagy csupán új altípusról, afféle mediatizált változatról kell beszélnünk.

Jan-Werner Müller: *Mi a populizmus?*

Jan-Werner Müller a Princeton Egyetemen tanít. Angolul 2016-ban, magyarul 2018-ban adta ki *Mi a populizmus?* című kismonográfiáját. A populizmust történeti perspektívában, de a jelenre összpontosítva vizsgálja. Visszatérő jegyei közé sorolja a „morálisan tiszta” nép és a „korrup” elit szembeállítását, a politikai pluralizmus elvetését, az identitáspolitikát, a tömeges klientúraépítést, a hatalommegosztás intézményeinek lebontását, a nép kizárólagos képviselőnek hirdetését és „a győztes mindent visz” mentalitást. A populizmus hajlamos összeesküvés-elméleteket hirdetni, ellenségképet gyártani, és – a kirekesztettek védelmében – paternalista államot építeni. A szerző, aki egy ideig Magyarországon kutatott, példákat keresve sokszor hivatkozik a kortárs magyar politikai rendszerre is.

Müller szerint a populizmus a rosszabb anyagi helyzetű választók frusztrációjából és a liberális technokrata elitekkel szemben táplált haragjából, továbbá a premodern világ iránti nosztalgiájukból táplálkozik. A modern populizmus sikerének legfőbb okát mindemellett abban látja, hogy a képviselői demokrácia képtelen volt „a nép uralkodásának” ígéretét valóra váltani. A populisták politikai térnyerésében fontos szerepet tulajdonít az új médiának is, amely lehetővé teszi a populisták és a választók közötti közvetlen kapcsolattartást, pontosabban egyfajta illuzórikus kapcsolat kialakítását:

A populisták mindig igyekeznek ... kihagyni a mediátorokat, és a lehető legkisebb mértékben támaszkodni a politikusok és az állampolgárok között közvetítő összetett pártszervezetekre. Ugyanígy vannak a médiával is ... Trump Twitter-fiókja is hasonlókkal kecsegtetett: az „igazi amerikaiak” túlléphetnek a médián, és közvetlen kapcsolatot (vagy inkább annak illúzióját) teremthetik meg valakivel ... aki közvetlenül mondja el, hogy is állnak a dolgok (62–63. o.).

A magyarul Konok Péter alapos fordításában olvasható könyv élvezetes olvasmány. Legfeljebb azért hagyhat némi hiányérzetet az olvasóban, mert csupán érintőlegesen ír a populizmus reneszánszának olyan okairól, mint a liberális média tömegektől eltávolodott nyelve és ágendája, a gazdasági globalizáció miatt egyre gyorsabban növekvő vagyoni különbségek (vagyis az alsó-középosztály megszűnése), a kulturális globalizáció nyomán fellépő identitásproblémák, valamint az elitek válságkezelésben nyújtott gyenge teljesítménye. Borítóján egy narancssárga hátizsákot cipelő ember látható, hátulnézetben. (Müller eredeti könyvének borítványváltozatai nem üzennek ilyen direkt módon az olvasónak.)

Összegzés helyett

Bár a média szerepét mindkét szerző csupán érintőlegesen tárgyalja, figyelemre méltó, mennyire eltérően ítélik meg. Keane szerint a modern, ellenőrző demokrácia nem volna lehetséges a digitális média nélkül, amely a politikai elitnek felügyeletének egyik legfontosabb eszközét jelenti – igaz, hozzáfűzi, hogy a modern média alkalmas lehet a választók félrevezetésére is. Ezzel szemben Müller a digitális médiában elsősorban a tömegmanipuláció eszközét látja, amely a politikus és a választó közötti közvetlen és kölcsönös kapcsolat illúzióját – voltaképpen, bár ezt már én teszem hozzá, az elszámoltathatóság illúzióját – teremti meg. (John Keane: *A demokrácia legrövidebb története*. Budapest: Atheneum Kiadó, 2022, 264 oldal, 4299 forint; Jan-Werner Müller: *Mi a populizmus?* Budapest: Libri Kiadó, 2018, 204 oldal, 2999 forint)

Irodalom

Castells, Manuel (2019): *Rupture. The Crisis of Liberal Democracy*. Cambridge: Polity Press.

Chadwick, Andrew (2017): *The Hybrid Media System*. Oxford University Press (2nd edition).

Keane, John (1991/1999): *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press / Budapest: Helikon Kiadó (Kulcsár Valéria fordítása).

Zielonka, Jan & Jacques Rupnik (2020): From Revolution to 'Counter-Revolution': Democracy in Central and Eastern Europe 30 Years On. *Europe–Asia Studies*, vol. 76, no. 6, pp. 1073–1099.

Bajomi-Lázár Péter a Budapesti Gazdasági Egyetem oktatója, lapunk szerkesztője. Legutóbbi könyve: *A patrónusi-kliensi médiarendszer. Magyarország 2010–2018* (Napvilág Kiadó, 2020). Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Karaktergyilkosság vagy médiabotrány: mi a különbség?” (2022. nyár).

Lendvai Gergely Ferenc

„Metaforák” platformszabályozásra

A Bayer Judit, Bernd Holznagel, Päivi Korpisaari és Lorna Woods által szerkesztett *Perspectives on Platform Regulation: Concepts and Models of Social Media Governance Across the Globe* című könyvről

A címben szereplő parafrázis a könyv bevezetőjéből származik, Monroe E. Price világhírű médiajogász és jogtudós tollából, aki a platformokat metaforákként értelmezi. Találó kép, a platformok és a platformszabályozás ugyanis magában foglal számtalan diszciplínát, elméletet, tudományos és professzionális attitűdöt, formát, mintát, gondolatot, problémát, kérdést és választ. Mégis, a platform egyfajta jelkép: az emberi és a digitális létezés találkozása. A szerkesztők és a szerzők ezt a metaforát igyekeztek kibontani ebben a grandiózus tudományos műben. A könyv a következő öt nagy témakör mentén elemzi a platformszabályozást: platformszabályozási modellek, transzatlanti térségen túli szabályozás, témaalapú szabályozás (a médiajog és az adatvédelem kérdései), gyűlöletbeszéd, dezinformáció és az az elleni lépések lehetőségei. E recenzióban a fenti öt kategórián keresztül reflektálok a műre.

A platformszabályozás és annak modelljei kurrens jogi témát jelentenek, amely túlível a médiajog tágasan megrajzolt határain, a Digital Services Act (DSA) és a Digital Markets Act (DMA) rendeletek megjelenésével ugyanis új szintű és új felfogású platformszabályozás született az Európai Unió területén. E rendeletek két alapvető célt tartanak szem előtt: a biztonságosabb digitális tér és az egyenlő versenyfeltételek megteremtését. Bayer Judit és Jan Christopher Kalbhenn DSA-DMA tanulmányai alaposan összefoglalják a feni rendeletek lényeges sarokpontjait. Kiemelendő e körben a könyv szerkesztésének rétegződése, integritása: Bayer például röviden kitér a platformszabadság témakörénél a „jó samaritánus”-elvre az amerikai Communications Decency Act 230. szakaszánál, amelyet aztán Sarah Hartmann későbbi írásában ugyanennél a témakörnél részletesen kifejt. Ezt követően Márten Schultz a Facebook Oversight Board problémáit hat alrészre bontó írásában a releváns polémiákra reflektál, mindezt úgy, hogy új jogi érveket vezet be, és egyebek mellett felteszi a kérdést: „Helyes-e egy cég testületének a nemzetközi jog alapelveit alkalmazni?” A fejezet záró tanulmányában fejtegetett interoperabilitás kérdése bár megkerülhetetlen, mégis a technológiai részletekben kevésbé jártas olvasó számára nehezen olvasható, és megtöri az erősen jogi fókuszú témaegységet.

A második fejezet a transzatlanti régióon túli területek platformszabályozását dolgozza fel, és üdítő újdonságokkal szolgál a téma iránt érdeklődőknek. Bár a tanulmányok alapos szakismeretekkel szolgálnak a transzatlanti régióról, mindenképpen hiányzik a kínai platform- és cenzúrahelyzet (Aranypajzs) említése (vö. Quiqing 2014, Gosztonyi 2022). Ugyancsak nem szerencsés a Maria L. Vazquez, Maria Carolina Herrera Rubio és Alejandro Aréchiga Morales által jegyzett latin-amerikai tanulmány Latin-Amerika-interpretációja, ahol az olvasó leginkább Mexikó, Kolumbia, Chile és Argentína törvénykezésével találkozhat. Hiányérzet marad az olvasóban a Latin-Amerika legtöbb lakosával rendelkező Brazília szabályozásával kapcsán, különösen mert a brazil médiaszabályozás gazdag szakirodalommal rendelkezik (vö. Albuquerque 2011, 2017).

A harmadik fejezetben a szerzők a különböző országok témaalapú szabályozási rendszereit vizsgálják: Németországot, Kanadát, az Egyesült Királyságot és Oroszországot. A német médiaszabályozás pionír jellegének (NetzDG 2018 Német Szövetségi Alkotmánybíróság döntések) bemutatásán túl Bernd Holznagel és Jan Christopher Kalbhenn komparatív módszerekkel is ismerteti a nemzeti specifikumokat. Erre példa az Interstate Media Treaty és a NetzDG ütköztetése olyan szempontok alapján, mint az átláthatóság, a reporting és az adatmegosztás. Juliya Kharitonova és Larissa Sannikova írása az orosz adathozzáférésről átfogó képet nyújt az adatkezelés és az adatvédelem témájában, ám a tanulmányt a köztudottan kritizált orosz szabályozás kapcsán (Shcherbovich 2021) javasolt lett volna egy átfogó kritikai konklúzióval zárni.

A negyedik, gyűlöletbeszéddel foglalkozó fejezetből két tanulmányt emelnék ki – elsősorban Richard Jandának a kanadai gyűlöletbeszéd szabályozásról szóló értekezését és Kristiina Koivukari és Päivi Korpisaari online zaklatásról szóló írását. Az előbbi egy jogi novumot, a 2021-es kanadai szabályozást fejtegeti, amelynek talán legfontosabb mérföldköve a gyűlöletbeszédre bevezetett fogalom. Mivel a gyűlöletbeszéd szabályozásának egyik legnagyobb kihívása az univerzális fogalom hiánya, érdekes lett volna a szerző saját gondolatait megismerni arról, hogy érdemes-e egy ennyire konkrét, zártnak tűnő fogalmi rendszerbe zárni a gyűlöletbeszédet, esetleg bevonva nemzetközi *key casek*-ben kifejtett alapelveket is. Koivukari és Korpisaari tanulmánya a modern, digitális kor egyik legégetőbb problémáját, az online zaklatás témáját boncolgatja. A szerzők úgy érvelnek, hogy ingoványos szabályozás jellemzi a cyberbullyingot, és nem csupán a digitális világ dinamikus természete (Norlock 2017), hanem a jelenség egyedisége miatt is.

Az ötödik fejezet a dezinformáció elleni harcról szól. Kimagasló Trisha Meyer és Alexandre Alaphilippe írása a platformfelelősségről: a Facebook, a Google, a Twitter és a TikTok válaszait elemezték a 2020-as amerikai elnökválasztás során terjedő „fake news”-ok kapcsán. Érdekesítő nyomon követni a szerzők által szerkesztett idővonalon a platformok dezinformáció elleni küzdelmét, illetve annak teljes hiányát. Egyben rémisztő is látni, hogy a gigaplatformok reakciója az álhírterjesztésre igencsak érdektelen és lassú. Szintén hasznos és gondolatébresztő információkat szolgáltat Elda Brogi és Konrad Bleyer-Simon az európai dezinformáció-szabályozás és a médiapluralizmus kapcsolatáról. Impozáns a szerzők kritikája az EC Code of Practice megbízhatóság-fogalmáról: az írók a fogalom részletességének hiányára, az alkalmazhatóság nehézségeire és az aláírók alacsony számára is felhívják az olvasó figyelmét. Mindezek mellett módszertani javaslatokat is bemutat Brogi és Bleyer-Simon: a Kódex hiányosságait szerintük egy adatalapú, rendszeres gyakorisággal megvalósítható, inkluzív metodikával lehetne orvosolni, amelynek alapja a fő teljesítménymutatók megfogalmazása világosan meghatározott iránymutatásokkal kiegészítve (537–539. o.).

Az itt bemutatott kötet szakembereknek szól, azon belül is médiakutatóknak és a média- és platformszabályozás iránt érdeklődő jogászoknak, akik ismereteiket európai és nemzetközi tudásanyaggal is szélesíteni szeretnék. A *Perspectives on Platform Regulation* időszerű, nagyívű, fajsúlyos opusz, amely egyaránt bővíti az olvasó általános és speciális tudását a médiajog, valamint a lokális és globális platformszabályozás terén. (Bayer Judit, Bernd Holznagel, Päivi Korpisaari, Lorna Woods (eds.): *Perspectives on Platform Regulation: Concepts and Models of Social Media Governance Across the Globe*. Baden-Baden: Nomos – Digitization and the Law, vol.1, 2021, 601 oldal, ISBN: 978-3-8487-8557-5, 198 USD)

Irodalom

Albuquerque, Afonso de (2012): On models and margin. In: Daniel C. Hallin & Paolo Mancini (eds.): *Comparing media systems: Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.

Albuquerque, Afonso de (2017): Protecting democracy or conspiring against it? Media and politics in Latin America: A glimpse from Brazil. *Journalism*, vol. 20, issue 7, pp. 906–923.

Gosztonyi Gergely (2022): *Cenzúra Arisztoteléstől a Facebookig. A közösségi média tartalomszabályozási gyakorlatának komplexitása*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Norlock, Kathryn J. (2017): Online Shaming. *Social Philosophy Today*, vol. 33, pp. 87–197.

Shcherbovich, Andrey (2021): Data Protection and Cybersecurity Legislation of the Russian Federation in the Context of the “Sovereignization” of the Internet in Russia. *CyberBRICS*, pp. 67–131.

Quiqing, Tai (2014): China’s Media Censorship: A Dynamic and Diversified Regime. *Journal of East Asian Studies*, vol. 14, no. 2, pp. 185–210.

Lendvai Gergely Ferenc PhD-hallgató, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Doktori Iskola. Email: lendvaigergely@me.com