

# Média és történelem

## Szerkesztői előszó

Újragondoltuk a *Történelem* rovatot. Médiatörténet és nyilvánosságtörténet: mindkettő gyakran használt kifejezés, elterjedt a közbeszédben, számos intézményben tartanak előadásokat, szemináriumokat ezen a címen. Amit a rovatval ki akarunk fejezni, mégis több ennél. Az itt közölt Robert Darnton-interjú és tanulmányok azt mutatják meg, hogyan csinálhat történelmet a média, miként válhat egy publikus, nagy nyilvánosságot kapott, felkavaró ügy a politika-, a társadalom- és a kultúrtörténet kitüntetett pontjává.

Számos példát hozhatnánk a távoli és a közeli múltból. A gyémántnyakék-affér néven elhíresült, botrányos história, amelyet Szerb Antal is megörökített a magyar irodalom számára *A királyné nyakéke* című regényében, sokak szerint Marie Antoinette első lépése volt a vérpadra vezető úton. A királyné nem tudott belenyugodni abba, hogy meghurcolták a nevét egy olyan eset kapcsán, amelyhez semmi köze nem volt, nyilvános elégtelt kívánt. Nem ismerte fel, hogy az igazságnak semmi jelentősége nincs a megítélése szempontjából – annak viszont hatalmas, hogy mit *hisznek* el róla a franciák. Gyurcsány Ferenc személyét és politikáját megrendítette, hosszú távon romba döntötte a hírhedt őszi beszéd. Borkai Zsolt, Győr város polgármestere belebukott egy videofelvételbe annak ellenére, hogy megnyerte a választást városában. A média történelemformáló erejét ismerte fel Martin Luther, amikor nemzeti nyelven közzétette a Bibliát, a katolikusokra gúnyolódó pamfletáradatot zúdított, és sajnos akkor is, amikor 1543-ban *Von den Juden und ihren Lügen* (A zsidókról és hazugságaikról) címen közzétette a *Mein Kampff*al vetekedő, első, nyomtatásban közölt antiszemita propagandairományt. Szavakkal cselekedtek, csináltak történelmet a francia forradalmárok, amikor az európai történelemben először tudatosan alkalmazták a politikai propagandát vagy más néven az ellenségeiket lejárató kampányeszközöket; Sztálin, Hitler és Mao Ce-tung, amikor milliókat mozgósított a média hatékony használatával. Szergej Mihajlovics Eisenstein és Leni Riefenstahl nagyobb hatást gyakorolt a 20. század történelmére, mint a korszak politikusainak döntő többsége.

Mindez nem új felismerés, de időszerű hangsúlyozni, elismételni. Amikor Jürgen Habermas 1962-ben közzétette a nyilvánosság kialakulásáról írt modelljét, a német szociológiai hagyományokat követve történeti munkát adott közre. A kommunikációelmélet más jelentős teoretikusai, Marshall McLuhan és Walter J. Ong ikonikus műveikben szintén történeti vizsgálódással próbáltak közelebb férkőzni az orális és az írott kultúrák természetének, a Gutenberg-galaxis működési mechanizmusának pontosabb megértéséhez. A média, a nyilvánosság és a történelem szorosan összefonódik. Pléh Csaba John L. Austin *Tetten ért szavak* címmel közzétett előadásorozatához írt előszava mottójaként Emerson-idézetet választott: „A szavak és a tettek az isteni energia nem is annyira eltérő módozatai. A szavak is tettek, s a tettek is a szavak fajtái.”

Mátay Mónika

# „...a »filozófiai könyv« a veszélyes művek gyűjtőnevét jelentette..”

Robert Darnton történésszel Mátay Mónika beszélget

Robert Darnton történész 1939 májusában született New York-ban. A Princeton-i Egyetem professzor emeritusa, számos monográfia szerzője. Az 1960-as években riporterként dolgozott a New York Times-nál. Kutatási területe a 18. századi Franciaország kultúrtörténete, azon belül különösen a könyv és a nyilvánosság története. Magyarul legutóbb *Lúdanyó meséi és más tanulmányok* címmel jelent meg kötete (Budapest: General Press, 2010).



*Robert Darnton*

**Mátay Mónika:** Hogyan talált rá kutatási területként az *ancien régime* underground médiájára?

**Robert Darnton:** Oxfordban voltam doktorandusz-hallgató, és nagyon foglalkoztatott a francia forradalom egyik későbbi vezetője, Jacques Pierre Brissot karrierje. Brissot különösen azért érdekelt, mert egyfajta titkos klubot alapított az amerikaiakat csodáló franciák számára. Amerikai lévén ezt érdekesnek tartottam. Véletlenül rábukkantam egy lábjegyzetre, ami alapján úgy tűnt, a svájci neuchâтели Városi Levéltárban talán őriznek Brissot-tól származó leveleket. Azt hiszem ez 1962-ben történt. Az egész kutatás mindössze egy bélyeg árába került: Oxfordból levelet küldtem Neuchâtel-be, és megkérdeztem, van-e valamilyen levelük Brissot-tól. Azt válaszolták, igen, száztizenkilenc tőle származó levél található a gyűjteményükben. Ez fantasztikus – gondoltam – az egyik levelet hamarosan megkaptam fénymásolatban. Rögtön világossá vált a számomra, hogy a levelezés alapján Brissot teljes életrajzát újra lehet gondolni. Elhatároztam, hogy feldolgozom az életútját. Neuchâtelbe utaztam, ahol kiderült, hogy Brissot levelei mellett további ötvenezer olyan levelet őriznek a levéltárban, amelyek szerzői valahogyan kapcsolódtak a könyvkiadáshoz: könyvkiadók, papírgyártók, csempészek, szerzők, könyvárusok.

A kutatás közben ráébredtem: Brissot személyénél érdekesebb tanulmányozni magát a könyvet, a korabeli könyvkiadást. Nem tudtam, hogy Párizsban már létezett a könyvtörténet mint a történetírás egy lehetséges műfaja, ágazata. Elkezdtem úgy könyvtörténettel foglalkozni, hogy nem voltam tisztában azzal, valójában mit is csinállok. Beszippantott a feladat, tizennégy nyáron és egy télen keresztül olvastam a forrásokat, a feldolgozatlan, európai hálózatra kiterjedő, könyvkiadással, -kereskedéssel kapcsolatos gazdag levelezést Neuchâtelben. Közben megismerkedtem azokkal a párizsi történészekkel, akik könyvtörténettel foglalkoztak. Baráti viszonyba kerültem Henri-Jean Martinnel, Roger Chartier-val és François Furet-vel. Ez a válaszom tehát arra, hogyan találtam rá a kutatási témámra, hogyan lettem könyvtörténész.

**Mátay:** Mikor értette meg az underground nyilvánosság valódi jelentőségét, azt, hogy ez milyen óriási befolyást gyakorolt a francia forradalomra?

**Darnton:** A könyvtörténet nagyon gazdag terület, több könyvemem szenteltem ennek a témának, ráadásul nagyon élvezetes kutatási téma. Amint alaposabban megismertem a kéziratokat, felfedeztem, hogy Diderot *Enciklopédiájának*, a felvilágosodás Bibliájának a története valójában feldolgozatlan, feltáratlan, ugyanakkor nagyon érdekes. Azzal természetesen tisztában voltak a történészek, hogy a szerkesztőknek, Diderot-nak és d'Alembert-nek milyen konfliktusai voltak az 1750-es években a kormánnyal, az egyházzal és a pápával, de nem tudtuk, valójában hány példányban és hány kiadásban jelent meg az *Enciklopédia*, kik vették meg és hogyan terjesztették.

Ennek a történetnek a mélyén ráadásul volt egy másik történet, egy valóságos bűnügyi regény. A hivatalos változat mellett létezett ugyanis az *Enciklopédia* kalózkkiadása, ráadásul a szövegek valódi tulajdonosa és a kalózkkiadás tulajdonosa között volt egy titkos megállapodás. Hatalmas pénzt csináltak a könyvből, az eladott példányszámok látványosak voltak, de a helyzet ennél is bonyolultabb, ugyanis a kalózkkiadó átverte a törvényes kiadót, eltitkolta előle a valóságos számadatokat. Szóval megírtam ezt a történetet, az *Enciklopédia* keletkezésének és kiadásának históriáját, mintegy összeesküvés-ként, és persze a könyv szociológiai környezetére is kitértem: hogyan nyomtatták és hogyan terjesztették [Robert Darnton: *The Business of Enlightenment. A Publishing History of the Encyclopédie, 1775–1800*. 1979 – M. M.].

A hosszadalmas levéltári munka során, amikor a történész ötvenezer levéllel foglalkozik, felfedez altémákat. Rájöttem, miközben az *Enciklopédiát* tanulmányoztam, hogy sok megrendelőlap, amelyeket francia városok és más európai városok könyvterjesztői küldtek, „filozófiai könyvek” néven gyakran szerepelt egy külön rubrika. Valójában ezen a néven külön katalógusok léteztek. Amikor alaposabban utánanéztem a dolognak, kiderült, hogy sok „filozófiai könyv” valóban olyan témájúnak bizonyult, ahogyan azt az elnevezés sugalmazta, mások azonban nem filozófiai, hanem pornográf irodalmak vagy politikai gúnyiratok voltak. Szóval a „filozófiai könyv” a veszélyes művek gyűjtőnévét jelentette. Ezt a kategóriát különleges figyelemmel kezelték, a nagy veszély egyben nagy profitot is jelentett. Rájöttem, hogy az egész valójában különleges üzletágként működött: létezett egy sajátos underground könyvkereskedelem, amely a legtiltottabb könyveket kezelte.

Ez a felfedezésem újabb kutatáshoz vezetett. Megtaláltam ugyanis egy utazó könyvügynök naplóját [Charles-Joseph Panckoucke, 1736–1798, francia író, könyvkiadó – M. M.], aki 1778-ban lóra ült, és könyveket árulva bejárta Franciaországot. Felderítette, melyik könyvkereskedő megbízható, milyen vásárlói igény van az egyes könyvekre, leírta, miben állnak pontosan az underground csempésztechnikák, szóval mindennel foglalkozott, ami kapcsolatban állt a könyvekkel. Ez a napló – társulva számos levéllel – felfedte az utcai könyvkereskedelem valódi természetét. Ez a kutatás nagyon élvezetes volt; talán az efféle könyvtörténet szélesebb közönség érdeklődésére is számot tarthat.

**Mátay:** Mit gondolsz, miért éppen Franciaországban és nem valahol másutt vált az underground könyvkereskedelem ilyen fontossá?

**Darnton:** Azt hiszem, ez nagyon jó kérdés, nem vagyok biztos abban, hogy kielégítően tudok válaszolni rá. Természetesen Angliában is hozzá lehetett jutni pornográf művekhez és politikai gúnykiadványokhoz, különösen John Wilkes idejében [John Wilkes, 1725–1797, radikális újságíró, politikus – M.M.]. A német területeken és Itáliában ezek a műfajok jóval kevésbé voltak jellemzőek – Magyarországról nem tudok nyilatkozni.

**Mátay:** Nem, nálunk az efféle irodalomnak nem volt a franciaországiéhoz fogható jelentősége. Ebben a formában gyakorlatilag nem létezett.

**Darnton:** Szóval miért éppen Franciaország? Először is szigorúan működött a cenzúra, ugyanakkor az emberek mindenféle irodalom iránt érdeklődtek. A 18. század első felében valóságos underground filozófiai kézirat-kereskedelemtől beszélhetünk, olyan tiltott irodalmakról, pamfletekről, amelyek nagyon népszerűek voltak. Aztán felbukkant Voltaire, aki teljes mértékben meghódította a korabeli közvéleményt. Szellemességéről és gúnyosságáról vált ismertté, illetve arról, hogy bizonyos elitkörökhöz tartozott, amelyek igényelték a szórakoztatást, ugyanakkor a botrányt is. A botrány iránti igény kiemelkedőnek mondható a korabeli Franciaországban; semmi nem adja el a könyvet olyan jól, mint a botrány. Az olvasókat egyre jobban érdekelték az illegálisan piacra dobott irodalmak. Az üzletág fényesen virágzott, és újabb témákat foglalt magába, például a király, XV. Lajos magánéletét, szeretőivel folytatott légyottjainak történetét. A Madame Du Barry- és a Madame Pompadour-históriák valódi bestsellereknek bizonyultak. Ha ma olvassuk ezeket a könyveket, ebben semmi meglepő nincsen. Általában nagyon jól írták meg őket, mulatságosak és egyben botrányosak voltak – a franciák imádták az efféle szövegeket.

A tiltott irodalom organikusan növekedett, és egész iparág épült rá. A könyveket Franciaországon kívül nyomtatták, aztán becsempészték őket az országba. Jól szervezett és meglehetősen hatékony underground rendszer működött, a francia viszonyok ideálisak voltak ehhez. A Franciaországban uralkodó társadalmi és ideológia feszültségek jelentős mértékben hozzájárultak az underground irodalom megszületéséhez és fenntartásához, ami meghatározónak bizonyult a francia forradalom kirobbanásában. Persze mindezt bizonyítani kell, ami más lapra tartozik. Nincs sok adatunk arról, hogyan olvasták a könyveket; nem tudom megmondani, mi játszódott le az emberek fejében. Az új könyvemben, ami éppen most jelent meg, s amelynek a címe *The Revolutionary Temper. Paris, 1748–1789* [W. W. Norton, 2023 – M.M.], azt próbálom bemutatni, hogy egyfajta kollektív tudatalatti fejlődött ki a forradalmat megelőző időszakban – olyannyira, hogy 1788 után megtették a nagy lépést. Ez a munkám nem pusztán könyvtörténet, hanem sokkal inkább azt a közös attitűdöt, értékrendet, mentalitást próbálom felderíteni, ami a forradalmat megelőző négy évtized alatt fejlődött ki.

Hogyan jött mindez létre? Úgy vélem, ez empirikus kérdés. Az események nem környezetükből kiragadva, „meztelenül” következnek be, esnek meg a nyilvánosságban, hanem „felöltöztetve”, attitűdök, értékek, nézőpontok, a múlttól való emlékek és a jövőtől való félelmek közepette értelmezendők. Az események és percepciójuk szerintem elválaszthatatlanok egymástól. Ezt nagyon jól meg lehet mutatni naplók, rendőrségi feljegyzések és egyéb levéltári iratanyagok, levelezések felhasználásával. A források elérhetőek. Nincs belőlük annyi, amennyire egy történész vágya, de a meglévők meglehetősen meggyőzőek. Az új könyvben események láncolatát vizsgálom 1748-cal, az osztrák örökösödési háborút lezáró aacheni békével kezdődően. Nemcsak az eseményeket, hanem azt is nyomon követem, hogyan reagált rájuk a közvélemény. A franciakon fokozatosan eluralkodott az érzés, hogy a Bourbon-házi rezsim, a fenntartott királyi hatalom törvénytelen, nem monarchia, hanem sokkal inkább despotizmussá degenerálódott politikai rendszer. Ez a meggyőződés nemcsak az elit köreiből volt jellemző, de a párizsi alsóbb rétegek – a munkások, a kézművesek, a bolttulajdonosok – között is eluralkodott. Ezt a tiltott könyvek elterjedése mellett egyéb különleges események is igazolták, például az 1750-es lázadás.

**Mátay:** Az egyik kerületről a másikra terjedő lázadás volt; amikor gyermekek tűntek el, a kétségbeesett szülők kivonultak az utcára. Jacques Revel és Arlette Farge dolgozta fel a történetét.

**Darnton:** Igen, igen, csodálatos könyv, nagyon jó elemzés [Arlette Frage–Jacques Revel: *Logiques de la foule: l'affaire des enlèvements d'enfants. Paris 1750*. Paris: Hachette, 1988 – M.M.]. Az 1750-es lázadás története az egyik a 46 fejezet közül az új könyvemben. Voltak egyéb nevezetes események is, például egy másik jelentős lázadás, az úgynevezett virágháború. De lázadás tört ki 1773-ban Marie Antoinette esküvői ünnepségei után is. Ez nem közismert epizód. A trónörökös és az ifjú ara valójában 1770-ben Bécsben kelt egybe, a látványos külsőségek közepette zajló ünneplésre később került sor. Ezt a különlegesen fényes ceremóniát érdemes alaposan tanulmányozni. Párizst kivilágították, mindenütt gyertyák égtek, városzszerte zenekarok játszottak, az emberek

táncoltak, ingyen bort, kolbászt és kenyeret osztottak a népnek, az esemény csúcspontján pedig óriási tűzijátékot rendeztek a városházánál. A franciák imádták a tűzijátékot, ami külön tanulmány tárgya lehetne. Mindenesetre ekkoriban a párizsi és a versailles-i tűzijátékrendezők között versengés zajlott; a párizsiak akarták a valaha megrendezett legfényesebb, legpazarabb showműsort bemutatni. A városháza előtt hatalmas, 35 láb magas úgynevezett házasság templomot emeltek, de a látványosság végül rosszul sült el, az ünnepség katasztrófába torkollt. Az emberek megpróbálták elmenekülni a Grève-térről [a városháza előtti tér, itt zajlottak például a nyilvános kivégzések – M.M.]. Egyesek megbotlottak, másuk átléptek rajtuk, végül 132 embert agyontapostak. A tér melletti utcán egymás mellé fektették a holttesteket. Sokan azt hitték, ennél is nagyobb tragédia történt, és ezek haltak meg. Azt mondták: micsoda katasztrófa ez a királyi frigy, a drámába torkollt tűzijáték szörnyű idők profécijája! Szóval ez volt az egyik epizód, amit a könyvben újra elemeztem.

**Mátay:** Mikor szerezte Marie Antoinette a nyilvánvalóan negatív ítéletet jelző „osztrák kurva” elnevezést? A kezdettől fogva utálták őt a franciák, vagy ez bizonyos események hatására következett be?

**Darnton:** Nem, valójában eleinte a párizsiak nagyon is kedvelték. Fiatal volt, mindössze tizennégy éves és gyönyörű. Egyfajta fesztelenség, közvetlenség jellemezte a stílusát, ami népszerűvé tette. Kezdetben dicsőítő dalok és pletykák terjedtek a személyéről, annak ellenére, hogy Ausztria hagyományosan Franciaország ellenségének számított. Sok minden történt – például a hírhedt gyémántnyakékaffér –, amelyek következtében a kezdeti lelkesedés alábbhagyott, és a franciák meggyűlölték királynéjukat. De már az 1773-as tűzijáték-katasztrófát rossz ómennek, vészjósló jövő előjelének tartották. Szóval több efféle szimbolikus, a politikai hatalmat övező látványos eseményt, ezek halmozódó hatását vontam elemzés alá, ami végül a fennálló rendszer legitimitációjának megrendüléséhez vezetett. Úgy is fogalmazhatnék, hogy a könyvem a korai információs társadalomról szól: azt próbálom megmutatni, hogy az információk rendszere – amelybe a könyvek, a dalok, a pletykák, sőt a gesztusok, a felvonulások, a ceremóniák is beletartoznak –, miként formálódott sajátos mentalitássá, hogyan készítette elő a forradalmat.

**Mátay:** Az 1962-es évet saját pályája egyik fontos fordulópontjaként emelte ki. Ez az év a nyilvánosságtörténet szempontjából is meghatározó: ekkor jelent meg Jürgen Habermas *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása. Vizsgálódások a polgári nyilvánosság egy kategóriájával kapcsolatban* című híres monográfiája [magyarul 1971, az eredeti német kiadás 1962 – M.M.]. Azóta több mint hatvan év telt el, a mű alapirodalomnak számít, ugyanakkor persze rengeteg kritikát is kapott. Miben látja ma Habermas jelentőségét?

**Darnton:** Jó kérdés! Először is azt emelném ki: a könyvet annyit ostromozták, hogy amit Habermas ír, annak igaznak kell lennie. Komolyra fordítva a szót, Habermas nehéz körülmények között dolgozott. Nem fért hozzá számos olyan kutatási eredményhez, amely ma már nyilvánvalónak számít. Fiatal emberként csak hozzávetőleges elképzelésekkel rendelkezett a 18. századról, de a Frankfurter Iskola tagja volt, helytelenítette, bírálta a fogyasztói társadalomban a média negatív hatásait. Egy jobb világot képzelt el, amelyben eleinte, amikor könyveket forgalmaztak, még nem uralkodtak fogyasztói és kapitalista viszonyok, hanem az eszmék – egészen pontosan az irodalmi alkotások – nyílt vitája zajlott. Hangsúlyosan irodalmi művek és nem politikai kérdések vitája! Nagyszerű gondolat, hogy a nyilvánosság kezdetben az irodalom köré épült, így az állam többé-kevésbé engedélyezte, tolerálta az efféle eszmecesterket. Később ezek a viták átpolitizálódtak, kialakult a forradalmi tudat vagy tudatosság.

Visszatekintve tudjuk, hogy Habermas már-már romantizálta a nyílt vita fogalmát, elképzelt egy olyan társadalmat, amelyben a pusztán racionalizmus meghatározza, uralja a közvéleményt. Egyetértek Arlette Farge-zsal, aki rámutatott, hogy közvélemény utcai szinten is létezett, de az utca természetesen nem a Habermas által elképzelt racionális diskurzus terepe. Úgy vélem, Habermas könyve a kommunikációról való gondolkodás új lehetőségeit, új társadalmi és mentális horizontokat nyitott a kutatás számára. Valójában csodálatos könyv, nagymértékben befolyásolta azt, ahogyan a történelemről gondolkodunk. Kevés könyv képes erre! Szóval nagyra tartom annak ellenére, hogy nem értek egyet az állításaival.

**Mátay:** Mit és hogyan tudnak a történészek vagy inkább általánosabban fogalmazva az olvasóközönség tanulni a médiatörténettől?

**Darnton:** Számtalanszor halljuk: információs korban élünk. Úgy gondolom, minden korszak információs kor, csak a megfelelő médiumokat kell tanulmányozni. Az első francia napilapot, a Journal de Paris-t nagyon későn, 1777-ben alapították. Keményen cenzúrázták, nem tartalmazott híreket. A valódi hírek szóbeszéd útján terjedtek. A forradalom előtti Párizsban rengeteg pamflet jelent meg; ezeket nem pusztán olvasták az emberek, hanem hangosan felolvasták őket. Találtam egy esetet, amikor egy férfi nagy hangon felolvasott, valósággal kinyilatkoztatott egy efféle kormánypárti, a kormány által kiadott pamfletet, méghozzá a Királyi Palota kertjében, óriási tömeg előtt. A felolvasás látványos, szinte színházi előadásná vált, a közönség zajosan reagált, sokszor megszakította a felolvasást, heves nemtetszésének adott hangot. Gyűlöltek az irományt. Amikor a felolvasás vagy inkább teátrális látványosság véget ért, fogták a pamfletet, rátették egy asztalra, és felállították a bíróságot. Kineveztek egy bírót és egy ügyészt, aki a despotizmus hirdetőjeként vád alá helyezte a kérdéses dokumentumot. Bűnösnek mondták ki, végül egy pincér, aki a palotában dolgozott, felgyújtotta. Az eset a korabeli szóbeli kommunikáció kitűnő példája. Erőteljes teátrális vonásokat hordoz, amelyek akkoriban nagyon jellemzőknek számítottak.

A médiatörténésznek nem szabad megelegednie azzal, hogy ez az orális kommunikációs rendszer része; meg kell fejteni az aktus szimbolikus jelentését, meg kell érteni, hogyan működött ez a világ. Ezt a mai életünkre is alkalmazhatjuk, például a közösségi médiára. Úgy vélem, a közösségi média nagyon különbözik attól a rendszertől, amely a második világháború után meghatározta a nyilvános kommunikációt, amikor a hírközlés elsődleges fórumai az újságok, a nyomtatott lapok voltak. Valójában a közösségi média gyakran szóbeliségre épül, az emberek hallgatják egymást, és egyben elszigeteltek, mert kizárólag azokat hallgatják, akik hasonló módon gondolkodnak, mint ők. Így önmagukat szigetelik el a másként gondolkodóktól. Ez másfajta kommunikációs rendszer, mint ami korábban létezett. Tanulmányozni kell és meg kell érteni. Sok szempontból sokkal veszélyesebb, mint a hagyományos újságírás, amit professzionálisan állítottak elő. A sajtó persze gyakran volt elfogult, de az újságírók, amikor megírtak egy történetet, gondosan összeszedték a tényanyagot, és ellenőrizték azt. Azt hiszem, a média tanulmányozása minden korszak vonatkozásában meghatározó, a jelenben ugyanúgy, mint a múltban vonatkozóan.

**Mátay:** A 21. században a médiakutatáskor új adatbázisok állnak a rendelkezésünkre, például az angolszász sajtótermékeket digitalizáló newspapers.com vagy a franciáknál a Gallica; a magyarországi adatbázist Arcanumnak hívják. Ezek nagy lehetőségeket hordoznak, összehasonlító elemzéseket végezhetünk általuk, ugyanakkor a történész hatalmas adatmennyiséggel szembesül. Mit tudunk ezzel kezdeni?

**Darnton:** Az nagy adatmennyiség egyfelől óriási előnyt jelent. Az adat ugyanakkor nem magától értetődő, értelmezni kell, és persze az értelmezés különféle technikáit alkalmazhatjuk. Az emberek nem passzív befogadói az információknak, szóval pusztán azért, mert egy adott esetről nagy mennyiségű, sok száz, ezer tudósítás, sajtóbeszámoló áll a rendelkezésünkre, még nem ismerjük meg az emberek véleményét, nem látunk a fejükbe, nem tudjuk, miként vélekedtek a dologról. Az értelmezéshez alapos recepciótörténeti kutatást kell végezni, éppen erről beszélek az új könyvemben: az események és percepciójuk szorosan kapcsolódnak egymáshoz. Talán nem kielégítő a válaszom, de úgy vélem, hogy a kutatóknak az adatbázisokat kiindulópontnak, mintegy elrugaszkodásnak kell tekinteniük. Ezután következik annak a megértése, hogyan reagált a korabeli közönség a hírekre, a különféle eseményekről készített sajtótudósításokra.

**Mátay:** Mit gondol az írott szöveg, a hagyományos könyv jövőjéről ebben az új, digitális-szóbeli környezetben, amelyben élünk? Úgy tűnik, a könyv, a papíralapú olvasás nem ment ki a divatból. Beszélhetünk a könyv reneszánszáról?

**Darnton:** Igen, azt hiszem feltétlenül. A közelmúltban kétszer jártam a Frankfurti Könyvvásáron, ami fantasztikusan látványos esemény; robbanásszerű érdeklődést láttam a könyvek iránt. De hasonlót lehet tapasztalni

például a latin-amerikai könyvfesztiválok, amelyek nagyon jelentősek és befolyásosak. Az Egyesült Államokban számos könyvkiadási adat áll a rendelkezésünkre: az elmúlt tíz évben nőtt a könyvek száma, évente 300 000 új cím jelenik meg a piacon. A kiadók persze ugyanúgy panaszkodnak, mint egykor a parasztok tették, hogy a rossz időjárás miatt siralmas a termés, de a valóságban a könyvkiadás virágzik. Emellett vannak adataink az elektronikusan kiadott könyvekről is, amelyek nem tették tönkre a hagyományos könyvpiacot, nem vették el a közönség kedvét a nyomtatott szövegolvasástól. A kettő egymást kiegészítő módon létezik: a metrón az emberek kindle olvasót használnak, otthon a fotelban azonban kézbe veszik a hagyományos könyvet. Az az elképzelés, hogy az e-könyv és a hagyományos könyv egymás ellenségei volnának, téves.

**Mátay:** Úgy tűnik, a sajtó esetében ez fordítva van: szívesebben olvasunk híreket online, mint nyomtatott formában, míg a könyvek nem veszítettek a vonzerejükből.

**Darnton:** Igen, ez igaz. Tragikusnak tartom, hogy a hagyományos sajtó – s ez különösen fontos a kisvárosok, kisebb közösségek esetében – háttérbe szorult, szinte teljesen eltűnt. Ugyanakkor számos nagy kiadvány, például a New York Times alkalmazkodott az új elektronikus viszonyokhoz, hatalmas sikereket könyvelhet el, sosem volt több olvasója, mint manapság. Nem vagyok teljesen biztos a számokban, de azt hiszem, az online változat kétféle emberhez jut el. Amikor én dolgoztam a Times-nak, nagyszerű eredménynek számított a négyszázezres példányszám. Ez most ennek a többszöröse. Más nagy lapok, például a Washington Post, a Financial Times, a Wall Street Journal is nagyon sikeresek, de a kisebb lapok többsége nem boldogul. Ez nagy mértékben a korábbi hirdetési rovatok eltűnésének a következménye; hirdetések nélkül a lapok nem tudnak megélni. Így ezek az új, komplex információs környezet áldozatai, amelyet csak most kezdünk megérteni.

**Mátay:** Végül azt szeretném kérdezni, mit gondol a legújabb fejleményről, a mesterséges intelligenciáról: vajon hogyan befolyásolja majd a nyilvánosságot?

**Darnton:** Azt hiszem, egyelőre csak feltevéseink lehetnek. Amikor az internet 1991-ben felbukkant, ami csak tegnap volt, fantasztikus utópikus elképzeléseink láttak napvilágot arról, milyen csodálatos lesz, mindenki mindenkivel kommunikálhat, az embereket elválasztó falak leomlanak, elképesztően gazdag intellektuális korszak köszönt ránk. Ez persze nagyszabású illúzióknak bizonyult. Valójában számos üzleti, kereskedelmi érdek befolyásolja az internet működését. A mesterséges intelligenciát azok a gigacégek bocsátják a rendelkezésünkre, amelyek a legjobb szakembereket tudják megszerezni a maguk számára, és próbálják uralni az újfajta kommunikációt. Vajon lehet őket valahogyan szabályozni? Fogalmam sincs. Biztosan hatalmas lehetőségeket rejt ez a dolog, de úgy vélem, egyelőre lehetetlen megjósolni, hogyan fogja alakítani az életünket.

**Mátay:** Professzor úr, nagyon köszönöm az interjút. Van esetleg valami üzenete az olvasóink számára?

**Darnton:** Amit Önök csinálnak, a független médiatudomány művelése meghatározó Magyarországon és világszerte. Tudom, hogy nehéz. Előadásokat tartottam a Közép-európai Egyetemen, sok magyar barátom van. A szomszédságukban zajlik a háború, szimpatizálok és szolidaritást érzek Önökkel. Úgy vélem, fontos, hogy kifejezik a véleményüket, értelmezik a múlt és a jelen történéseit, s az álláspontjukat eljuttatják a diákokhoz és a szélesebb közvéleményhez. Sok sikert kívánok Önöknek!

# „Csődület támadt, a tömeg szidalmazta, majd letépte róluk a ruhát..”<sup>1</sup>

**Morális pánikot váltott-e ki a nők nadrágviselete a századfordulón?**

Husztai-Szlama Gabriella Zsófia  
Budapesti Corvinus Egyetem

Az elmúlt években újra az érdeklődés középpontjába került a morális pánik kérdése, elsősorban olyan aktuálpolitikát, társadalmat, gazdaságot és kultúrát érintő témák miatt, mint a migráció, a mesterséges intelligencia, az orosz–ukrán háború és az izraeli–palesztin konfliktus. A fogalmat először 1971-ben használta Jock Young, az elméleti keret kidolgozása pedig Stanley Cohen nevéhez fűződik. A morális pánikot vizsgáló kutatók többsége kortárs változásokat elemzett a fogalom segítségével, azonban felmerült olyan történeti témák vizsgálatának lehetősége is, mint a boszorkányüldözés vagy a 19. század derekán Londonban gyakorivá vált rablások problémája. E tanulmány a morális pánik történeti kiterjesztésének gondolatmenetébe illeszkedve vizsgálja a női nadrágviselet által kiváltott morális pánikot a hazai sajtóban 1896 és 1914 között.

**Kulcsszavak:** divat, morális pánik, női nadrágviselet, öltözködés, századforduló

**“There was a stampede,  
the crowd shouted abuse and  
then ripped their clothes off..”**

**Did women’s trousers cause  
a moral panic at the turn of the century?**

In recent years, the concept of moral panics has been in the spotlight of interest again, mainly because of issues linked with current politics, society, the economy, and culture such as migration, artificial intelligence, the Russian-Ukrainian war, and the Israeli-Palestinian conflict. The term was first used in 1971 by Jock Young, and the theoretical framework was developed by Stanley Cohen. Most researchers used the concept to analyse contemporary changes, but it has also been used to study historical themes such as witch hunting and the widespread garottings in London in the mid-19<sup>th</sup> century. In the context of the historical extension of this term, the paper will look into the moral panic caused by women’s trousers in the Hungarian press between 1896 and 1914.

**Key words:** dressing, fashion, moral panic, turn of the century, women wearing trousers

---

1 A szoknyanadrág. *Budapesti Hírlap*, 1911. II. 23. 8. o.



## Bevezetés: a női nadrágviselet elterjedése Magyarországon

Magyarországon a 19. század második felében bekövetkező politikai, gazdasági és kulturális változások – a kiegyezést követő jogalkotás mérföldkövei,<sup>2</sup> a fejlődő világkereskedelem és az ebbe való bekapcsolódás, a modern kor infrastruktúrája, amely a szállítmányozásra és így a sajtóra is hatást gyakorolt, a mezőgazdaság és az ipar modernizációja,<sup>3</sup> az állam iparfejlesztési politikája,<sup>4</sup> az egészségügy és az orvostudomány fejlődése – következtében emelkedett az életszínvonal (Kaposi 2002). E változások együttjártak a társadalomszerkezet lassú, de folyamatos átalakulásával. A polgárosodásban fontos szerepet játszott az urbanizáció: a városi lakosság növekedése jóval nagyobb volt, mint a falusi populációé. A városokba tömörülés átalakította az egyének társas kapcsolatait, a lakhatási és a szórakozási lehetőségeket. Az úri-nemesi kávéfogyasztás elterjedése miatt megjelentek és elterjedtek a kávéházak, és az édességek divatba jöttével számos cukrászda nyílt, amelyet elsősorban nők látogattak. Virágzott az egyesületi élet: gazdasági, politikai, szakmai, művelődési, társasági, közhasznú, segélyező és szabadidős egyletek alakultak. Az oktatás korszerűsítésének következtében csökkent az analfabetizmus, elterjedt a könyvkultúra, az újságírás és -olvasás dinamikus növekedésnek indult. Prosperált az idegenforgalom, divatba jött a tengeri és a balatoni üdülés és fürdőzés. Új szórakozási lehetőségként jelent meg a sport, előtérbe került a testkultúra. A korábbi nemesi-katonai hagyományok helyett a testmozgás célja az egészség megőrzése, a verseny és a nyilvános szereplés lett (Kósa 2006).

Ezek a változások a társadalmi nemi identitásra is hatást gyakoroltak. A 19. század második felében az egyenjogúság kérdése, valamint a nők és a férfiak közötti hatalmi viszonyok megváltoztatása állt az amerikai és az európai feminista gondolatok középpontjában. A nők közéleti szereplésének kívánalma nem feltétlenül nőjogi narratívaként jelent meg, hanem sokkal inkább egy demokratizáló harc elemeként, amelynek során a nők kiléphettek a korábban zárt (társadalmi) terekből.

A 19. század utolsó harmadában a nők helyzete megváltozott. A választójogi küzdelem, a növekvő számú egyesületek, a munkavégzési és a tanulási lehetőségek bővülése és a szórakozási és a sportolási lehetőségek egyaránt ezt a változást jelzik. A korábbi, meggyökeresedett patriarchális társadalmi norma- és intézményrendszerből való kitörési szándék ugyanakkor heves társadalmi reakciót, ellenállást váltott ki.

A nőkről szóló diskurzusok áthatották a 19. század második és a 20. század első felét: élénk vita bontakozott ki a társadalomban és a családban betöltött szerepekről és a női testről. Az egymásnak feszülő értékek egyik csomópontja a nők öltözködése, illetve annak változása volt. Az egészséges test eszméjének szellemében megkérdőjeleződött a nehéz ruházat és a szoros fűzés, terjedtek a reformruházattal kapcsolatos elképzelések – igaz, eleinte kevés sikerrel. Az újító gondolat részét képezte a női nadrágviselet lehetősége is.

A női nadrágviselet megjelenése és elterjedése a női öltözködés történetének izgalmas fejezete, amellyel eddig kevés kutatás foglalkozott. A legtöbb átfogó mű és monográfia rövid említést, fejezetet szentel a témának, és a nadrágviseletet a leggyakrabban a kerékpározással köti össze (Broby-Johansen 1969, Cunnington 1976, Ék 1994). Ezen a területen a legátfogóbb és legteljesebb kutatás Christine Bard (2010) nevéhez fűződik, aki elsősorban a 19. és a 20. század fordulójára összpontosítva vizsgálta a női nadrágviseletet Franciaországban. A politológus elemzése során sajtóanyagokra (napilapokra), képi forrásokra (képeslapokra és plakátokra), valamint egodokumentumokra (magánlevelezésekre és naplókra) támaszkodott. Ezek a forrásanyagok széles körű betekintés nyújtanak a ruhadarabot övező diskurzusokba, olyan témákba, mint a nők sportolásának vagy munkavállalásának kérdése. Bard kiemeli, hogy a női nadrágviselet elutasítottsága nem egy-egy társadalmi

2 Például az egészségügyi (1876), a népiskolai (1868) és a középiskolai (1883), a vallásügyi (1867–1868) és az emancipációs (1894–1895) törvények.

3 Elsősorban a malom- és a cukoripar.

4 Ennek keretében az állam felvállalta a mesterséges eszközök segítségét igénybe vevő iparfejlesztést és az ágazati korrekció befolyásolását. Az ipartámogatási beavatkozásra a könnyűipari ágazatok (a textilipar, a bőrpar, a ruházati ipar) fejlődésének előmozdítása miatt volt szükség, amelyek a birodalmi munkamegosztás során hátrányt szenvedtek el. A gazdasági önállóság elérése érdekében a kormányzat 1907-ben tízéves iparfejlesztési programot indított el.

csoportot vagy réteget érintett: egyaránt megszólalták a mezőgazdaságban és az iparban dolgozókat (a pásztornöket és az asztalosokat) és az értelmiségi nőket (például a tanítónőket).

Ebben a tanulmányban előbb ismertetem a kutatás célját és módszerét, majd bemutatom a morális pánik alapját jelentő – tulajdonképpen a nőket érintő – társadalmi változásokat. Ezután a női nadrágviselet hazai megjelenését vizsgálom. Arra a kérdésre keresek választ, hogy morális pánikot váltott-e ki a magyar sajtóban a női nadrágviselet, és hogy miként igyekeztek az általam vizsgált lapok félelmet kelteni az olvasókban a női öltözködés megváltozásával és így a nadrággal mint ruhadarabbal kapcsolatban.

## A kutatás módszere

Christine Bard (2010) az általa vizsgált források ismeretében úgy érvel, hogy azok félelemről árulkodnak: az öltözködésükben újító nők szorongtak környezetük rosszallásától. Felmerül a kérdés: a külföldihez hasonlóan vajon a magyar sajtó is elutasító volt-e a nők nadrágviselésével szemben? Deviánsnak tekintették a nadrágot viselő nőket? Megfélemlítették őket? Vajon a magyar nők nadrágviselése pánikot idézett elő a korabeli nyilvánosságban?

A fenti kérdésekre a morális pánik jelenségének vizsgálatával keresek választ. A morális pánik elmélete a devianciakutatások része, kiindulópontja a címkézésemélet.<sup>5</sup> A pánik kialakulásában meghatározó szerepet játszik a média, mivel az képes befolyásolni a közhangulatot. Kutatásom során éppen ezért a sajtó irányából közelítem meg a női nadrágviselet kérdését, és kvantitatív számításokra épülő elemzést mutatok be. A női nadrágviselet nyomán kialakult morális pánik elemzése hozzájárul a 19. századi nő- és társadalomtörténet alaposabb megértéséhez, bővíti az öltözködéstörténettel kapcsolatos ismereteinket.

Ebben a tanulmányban a Budapesti Hírlap, a Pesti Hírlap és a Pesti Napló 1896 és 1914 közötti 405 cikkét dolgoztam fel. A forrás kiválasztása mögött a sajtótermékek kiadása, terjesztése és elérhetősége áll.<sup>6</sup> A kérdéses időintervallumban mindhárom lap folyamatosan megjelent.<sup>7</sup> A kutatás célja azoknak a cikkeknek az elemzése, amelyek a lehető legtöbb olvasóhoz jutottak el. Az általam kiválasztott lapok a napilapok között a legmagasabb példányszámban kiadott, naponta forgalmazott és országos terjesztésű orgánumok voltak. Mindhárom folyóirat a korszakban üzleti modellként funkcionáló lapkiadók egyikéhez tartozott, és különböző politikai eszméket képviselt.

A Budapesti Hírlap 1881-es elindítása Rákosi Jenő nevéhez fűződik, aki a század végére egyre nagyobb vagyont tudhatott a magáénak. Befolyásosságát jól jelzi, hogy 1893-ban elsőként építettett úgynevezett újságírópalotát, amely a lapkiadás központjaként működött. A lap alapvetően konzervatív eszmeiségű, mottója a „magyarosan, magyarul, magyarán” volt. A Budapesti Hírlap indulása előtt három évvel, 1878-ban alapította Légrády Károly a Pesti Hírlapot. Az orgánum a pesti liberális nagypolgárság kedvelt és színvonalas napilapja volt, a cikkeket ismert írók, publicisták jegyezték. A Pesti Napló, amely Vészi József szerkesztősége alatt vált híressé, nemzeti liberális szemlélettel indult, majd az 1880-as években már független sajtóorgánumként működött (Buzinkay et al. 1994, Buzinkay 2008).

A vizsgált időintervallum meghatározásában a nőtörténeti és a divattörténeti korszakolás jelentett segítséget, amely egyaránt kiemeli az 1896 és 1914 közötti időszakot: míg az előbbi dátum a nők felsősoktatási lehetőségéhez és a szecesszió divatban való meggyökeresedéséhez köthető, az utóbbi a világháború kezdetét jelöli (Fábri 1999, 2006, Szapor 2007, Acsády 1999, F. Dózsa 2014).

A kiválasztott lapok megtalálhatóak az Arcanum adatbázisában. A gyűjtés közel 20 000 lapszám átnézésével történt meg. Az elemzett folyóiratok két feltételnek tesznek eleget. Tartalmazzák a nadrág kifejezést vagy annak

5 Másképpen *labeling*, stigmatizációs, interakciós vagy minősítési elméleteknek is szokás nevezni.

6 A kutatást megelőzően átnéztem a bulvárlapokat, a hetilapokat és a divatlapokat is, de ezek nem tartalmaztak olyan mennyiségű forrásanyagot a női nadrágviselet tekintetében, mint a politikai napilapok.

7 A következő lapszámok hiányoznak: a Pesti Hírlap esetében 1896 április és november, valamint 1897 áprilisa. A Pesti Napló esetében 1908 novembere és 1910 júniusa. Ezek az alacsony esetszám miatt nem torzítják a kutatást.

szinonimáját (pantalló, breeches, kétágú szoknya), és a szövegnek egyértelművé kell tennie, hogy a nadrágviselet nőhöz vagy nőkhöz kötődik. A szövegek feldolgozásához és elemzéséhez az NVivo kvalitatív elemzőszoftvert használtam. A programhoz szükséges klasszifikációs táblázat és néhány számítás Excelben készült. A szövegek külön dokumentumként kerültek fel, a klasszifikációs táblázat a szövegek nyers adatait tartalmazta (a kiadás dátuma, a lap és a szerző neve). A programban az alábbi funkciók használatára került sor: Text Search, Word Frequency, Matrix Coding Query, Group Queries és Crosstab. Az egyes kategóriák és az alkategóriákhoz létrehozott kódsorok csillaggal kiegészített szótördeléssel jöttek létre.<sup>8</sup> A Cohen-i leltár (2000) elemei – a túlzás és torzítás, az előrejelzések és szimbolizáció, valamint a lázgörbe – különálló kategóriákként jelentek meg, amelyekhez saját kódsorok készültek.

## A morális pánik elmélete

A morális pánik kifejezés a norma és a deviancia kérdésével kapcsolódik össze, így a fogalmi együttállás értelmezését előbb e kategóriák kifejtésével érdemes kezdeni. A társadalmi együttélés feltételei közé tartozik az egyéni és a kollektív viselkedést szabályozó rendszerek kialakulása, amelyek a társadalom minden tagjára vonatkoznak, és igazodási alapot nyújtanak. A normák olyan viselkedési minták, amelyek mögött értékek, értékrendszerek állnak. A norma alapját biztosító értéket az egyén érdekei és szükségletei szolgáltatják. A norma elengedhetetlen feltétele minden társadalmi fejlődésnek, annak ellenére is, hogy korlátozóként lép fel az egyének életében. Szükségessége a társadalmi szerepek betöltésének sikerességében, a státusban és a presztízsből áll. A norma emellett értelmezési keretet is biztosít, lehetővé téve az egyének számára a társas kapcsolatok kialakítását és az együttműködést. Kategorizálás szempontjából több csoportra osztható: szokásnormára (például illemszabályokra), erkölcsi normára (például vallási előírásokra) és jogi normára (törvényekre). Ezek különböznek egymástól az egységesség, a rögzítettség és a betartatás tekintetében (Rosta 2007).

A normák bizonyos történeti korokban és kultúrákban eltérhetnek egymástól. Minél összetettebb egy társadalom, annál kevésbé egyértelműek a normák és az azokat meghatározó értékek. Minden társadalom kognitív és normatív elemekből álló kultúrával rendelkezik, így a deviancia meghatározása az ettől való eltérésben kereshető. Az egyének normakövető motivációja a megszokásban és a szankcionálástól való félelemben gyökerezik (Andorka 2006, Rosta 2007, Kiss 2020).

A devianciával foglalkozó elméletek felölelik a természet-, a társadalom- és a bölcsészettudományokat, és bár szerteágazók, mégis rendelkeznek néhány közös jellemzővel. Ezek közé sorolható az adott korszak, a kultúrkör és a társadalmi berendezkedés kontextusának kiemelése, a különböző csoportosítási lehetőségek, a mikro- vagy a makroszint (a deviancia vizsgálata az egész társadalom vagy az egyén szempontjából) és a tudományterületi megközelítés. Ez utóbbiba tartoznak a biológiai, a pszichológiai és a szociológiai magyarázó elméletek. A morális pánik kérdésköre ez utóbbiakhoz köthető, így ez az írás a szociológiai elméletekre épül (Rosta 2007). A szociológiai modellek alapvetően a társadalmi tényezőkből indulnak ki, mögöttes indokként a környezeti tényezőket vagy a társadalmi jelenségeket jelölik meg. A különböző szociológiai modellek egymásra épülnek és egymásból táplálkoznak, így kategorizálásuk rendkívül nehéz és összetett feladat, ami jelen tanulmány kereteit szétfeszítené.<sup>9</sup>

A deviancia és a norma nehezen meghatározható fogalmak, amelyekkel kapcsolatban öt jellemző ismérvet lehet elkülöníteni. Ezek közé tartozik a közösségben elvárt normától való elhajlás, a deviáns egyén ön- és/vagy közveszélyessége, a deviáns egyénnel szembeni negatív társadalmi megítélés, az intézményes reakció

<sup>8</sup> A kulcsszavak összeállításához egyfelől a divat- és a nőtörténeti szakirodalom, másfelől a korpuszban található szövegek jelentettek segítséget. Az összeállítás során figyeltem az adott szó összes lehetséges variációjának detektálására, így a magyar ékezetes betűk miatt a szótőnél megvágvva, csillag jellel kiegészítve kerültek be a keresési mezőbe a szavak.

<sup>9</sup> Rosta Andrea (2007) az alábbiak szerint osztályozza a deviancia szociológiai elméleteit: anómiaelmélet, feszültségelmélet, chicagói iskola, differenciális asszociáció elmélete, kulturális konfliktus elmélete, szubkultúra-elméletek, stigmatizációs (címkézési, minősítési, labeling) elmélet, társadalmikontroll-elméletek.

(például a kezelés vagy a gondozás) és a bizonyos arányszám alatti állandóság (azaz a deviáns viselkedést tanúsító egyének arányszáma sosem éri el a többséget a társadalomban). Rosta Andrea (2007: 37) szerint:

Deviáns magatartásnak nevezzük az ön- és/vagy közveszélyesnek tartott, a többségi társadalom által elítélt és intézményes reakciót kiváltó, mindenkori társadalmi normáktól eltérő viselkedést.

Más szociológiai elméletekhez hasonlóan a címkézélméletben gyökerező morális pánik alapja is a társadalmi normáktól való eltérés (Györy 2016). A morális pánik kifejezést először Jock Young szociológus és kriminológus használta 1971-ben, amikor megfigyelte, hogy Nagy-Britanniában a droghasználatot vizsgáló statisztikai közleményekre a közvélemény pánikkal reagált. Az elmélet megalkotása és teljes szociológiai leírása Stanley Cohen nevéhez fűződik. Cohen elmélete szerint a morális pánik olyan csoport és/vagy ahhoz kapcsolódó jelenség, amely az idealizált rendet fenyegető veszélyként jelenik meg a társadalom tagjainak szemében, a média leegyszerűsített és szenzációkeltő közléseinek köszönhetően pedig a csoport és/vagy annak tevékenysége beazonosíthatóvá és elérhetővé válik (Cohen 1955, Cohen 1972).

A morális pánik elméleti keretének kiterjesztése Erich Goode és Nachman Ben-Yehuda (1994) nevéhez kapcsolódik, akik öt kritériumot vázoltak fel. Ezek közül az első az érintettség érzése, vagyis az, hogy a társadalom többsége növekvő figyelmet tanúsít egy bizonyos csoport és annak viselkedése iránt. Ez a figyelem kimutatható a közvélemény-kutatásokban, a média szerkezetében és a társadalmi mozgalmak aktivitásában. A második kritérium az ellenséges hangulat kialakulása. A társadalom többsége ellenszenvet kezd mutatni a csoport tagjai iránt, ezek az egyének fenyegetésként jelennek meg. Kialakul egy kétpólusú felállás, a „mi” és az „ők”, azaz a jók és a rosszak ellentéte. A harmadik kritérium az egyetértés. A társadalom tagjainak legalább minimális egyetértést kell mutatniuk a veszély valóságosságának megítélésében. A negyedik elem az aránytalanság, azaz a veszély mértékét a társadalom túlzóan ítéli meg, a valóságnál sokkal nagyobb jelentőséget tulajdonít a csoport és a tevékenység súlyának. Az utolsó kritérium a változékonyság. Változékonyság alatt a közérdeklődés időintervalluma érthető: morális pánik esetén a közérdeklődés hirtelen tűnik fel, majd hirtelen múlik el.<sup>10</sup>

A morális pánik elméletének igazolását Stanley Cohen *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of Mods and Rockers* (1972) című művében dolgozta ki. A szociológus munkájában a hatvanas évekbeli mod és rocker ifjúsági szubkultúra megjelenését és az erre adott társadalmi reakciót elemezte. Céljai közé tartozott a jelenségre adott társadalmi változások és azok méretének meghatározása, valamint a válaszreakció állandósult képének feltérképezése. Cohen a vizsgálatát három szintre osztotta. Az első a morális pánik folyamatjellegét mutatja be, a második a társadalmi válasz szakaszát, míg az utolsó a felszámolására irányuló intézményi lépéseket.

Cohen, Goode és Ben-Yehuda mellett Stuart Hall és munkatársai *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order* (1978) című kötetükben szintén foglalkoztak a morális pánik jelenségével. A kutatók 1972-ben kezdték elemezni az angliai utcai rablótámadásokat és a pánik kapcsolatát. A jelenség leírására használt „mugging” kifejezés már korábban is ismert volt: a kutatás középpontjában a definíció társadalmi megerősítése és jelentéssé alakulása állt. A kutatók úgy találták, hogy a deviáns egyének elleni fellépés sürgetése és a morális pánik kialakulása mellett a jelenség alkalmas a figyelem létező válságokról való elterelésére is.

A morális pánik elméleti keretének kiterjesztése során felmerült a történeti témák feldolgozásának lehetősége is. Rob Sindall *Street Violence in the Nineteenth Century* (1990) című munkájában a 19. század második felének angliai utcai rablásait vizsgálta. A történész Cohen modelljéből indult ki, és arra volt kíváncsi, hogy a sajtó mekkora és milyen szerepet játszik a pánikhangulat kialakulásában. Sindall következtetése szerint minden olyan korban és kultúrában kialakulhat morális pánik, ahol létezik tömegmédia, amely képes félelmet kelteni a közönségben.

Ben-Yehuda (1980) az elméletet a kora újkori boszorkányperekre terjesztette ki. A szociológus három dimenzió mentén végezte kutatását: figyelembe vette az időzítést, a tartalmat és a célpontot. Ezek alapján úgy találta, hogy a 14. és a 17. század között a boszorkányüldözések elterjedésének hátterében a középkori katolikus vallási világ és

---

10 Néhány pánik azonban intézményesül: kezelésükre állandó szabályozások és törvények születnek.

a feudális rend felbomlásának veszélye állt. A kutatás új megvilágításba helyezte a média szerepét: megmutatta, hogy a tömegmédiá nem feltétlen szükséges a morális pánik terjedéséhez, amennyiben rendelkezésre állnak más „hatékony” kommunikációs csatornák, például röpiratok, prédikációk vagy a pletyka. Ugyanakkor a morális pánik cohen-i modellje szerint az interakcióban fontos szerepet játszik a közvélemény, amely a mai értelemben véve nem létezett a sajtó megjelenéséig; korábban inkább a közhangulat vagy a közösségi vélemény fogalmát lehetett használni (Angelusz 1995).

Ben-Yehuda tanulmányának kiritikáját Kitzinger Dávid fogalmazta meg, beemelve az elemzésbe az analfabetizmus jelenségét (Kitzinger 2000). Bár a meghatározó, a szélesebb közönséget foglalkoztató témák terjedhetnek olyan kommunikációs csatornákon, mint a pletyka vagy a prédikációk, ezek nem alkalmasak nyomásgyakorló vélemény kialakítására. Ennek ugyanis alapfeltétele az írott szöveg, azonban ebben a korban csak egy szűk elit volt írástudó. Ez alapján Kitzinger úgy véli, hogy a morális pánik feltétele a közvélemény (vagy a közösségi vélemény kialakítására képes közönség), amelynek alapfeltétele a kapitalista termelés elterjedése és az ezzel párhuzamosan kialakuló sajtó. A morális pánik történeti kiterjesztése bebizonyítja, hogy az elmélet nem csupán a hatvanas évek szociológiai divatja, hanem széles körűen alkalmazható modell, azonban a történeti vizsgálatok rávilágítanak a korlátokra is.

Mint minden társadalomelmélet, úgy a morális pánik is rendelkezik korlátokkal, így érdemes röviden bemutatni a kritikákat is. Az elmélettel kapcsolatban leggyakrabban megfogalmazott bírálat magával a fogalomhasználattal kapcsolatban jelent meg. Közel tíz évvel az elmélet 1972-es megjelenése után a média felkapta a kifejezést. Az 1980-as években számos vélt vagy valós társadalmi problémát bélyegeztek meg vele, például az AIDS betegséget, az addiktív szerek használatát, a futballmeccseken kitört verekedéseket és a fiatalkori bűnözést. Így az elmélettel szembeni kritika elsősorban a fogalom „túlhasználatában” és a klisében gyökerezik. A bírálatok másik része a társadalom véleményének felmérhetőségét kérdőjelezi meg. Főként a történeti kutatások során lehet bonyolult és kihívásokkal teli feladat a társadalomban bekövetkezett pánik mértékének objektív megítélése, hiszen általában nem állnak rendelkezésre olyan felmérések, mint a modern közvélemény-kutatás. További nehézséget okozhat a közvélemény és a sajtó elkülönítése, hiszen ezek közé nem tehető egyenlőségjel. Előfordulhat ugyanis az az eset, amikor a pánik nem alakul ki egészen addig, ameddig a sajtó nem kezdi el így keretezni az adott eseményt. Egy viszonylag jelentéktelen ügy – a sajtó nyugtalanúságot keltő közlései által – könnyen előidézhet morális pánikot. Ezt a hatást Jock Young (1971) „felerősítő visszacsatolás”-nak nevezte.

A média szerepe tehát meghatározó a morális pánik vizsgálata során. A tömegek látens erkölcsi aggodalma végül bűnbakkeresésben teljeseedik ki, a média pedig felnagyítja és terjeszti ezt a folyamatot (Császi 2003). A morális pánik, a média általi túlzás beazonosítható, számszerűsíthető és mérhető jelenség, így megfelelő alapot biztosít a kvalitatív és a kvantitatív kutatás számára.

A morális pánik médiakoncepciójának kidolgozása szintén Stanley Cohen (1972) nevéhez fűződik, aki az angliai Teddy Boy-lázadáson keresztül mutatta be a média szerepét a morális pánik létrejöttében. 1953-ban a brit fiatal fiúk körében egy népszerű öltözködési trend terjedt el, amelynek alapja az edwardianus stílus volt.<sup>11</sup> A Teddy Boy több volt, mint stílusirányzat, inkább szubkultúráként azonosítható. A kifejezést a Daily Express bulvárlap alkotta meg Teddyre rövidítve. A Teddy fiúk zöme a munkásosztályból származott, a szubkultúra kezdetben a jazz, később a korai amerikai rock-and-roll köré tömörült (Jerry Lee Lewis, Elvis Presley és Buddy Holly). 1956-ban egy mozielőadáson (Rock Around the Clock) a Teddy Boyok kiszedték a székeket, tűzijátékot gyújtottak és üvegeket dobáltak. A rendőrségi összetűzést követően Nagy-Britannia elkezdett rettegni tőlük. A kialakuló pánikban nagy szerepet játszott a média, amely a szubkultúrához tartozók külső megjelenését, divatját szimbólumként felhasználva mutatta be „az elvadult fiatalokat”.

A Teddy fiúk kapcsán Cohen megállapította, hogy a tömegmédiá nemcsak részt vesz a tömeg elvárásainak megerősítésében és formálásában, hanem biztosítja is azokhoz a történeteket. A morális pánik médiastuktúrájának

---

11 A stílust az Edward-kori romantika inspirálta. A divatot követők méretre szabott bársony blézereket, egyenes szabású nadrágokat, keskeny nyakkendőt, vastag talpú (úgynevezett „chunky loafer”) cipőt viseltek. A trendhez saját frizúra is tartozott, a fiúk felcsavarva viselték a hajukat.

vizsgálata során a szociológus három fontos elemet különített el: a túlzás és torzítást, az előrejelzéseket és a szimbolizációt (Cohen 2000).

A szociológus szerint a sajtóban leginkább előforduló torzítás az események komolyságának felnagyítása, amibe egyaránt beletartozik az okozott kár és a csoport erőszakosságának túlbecsülése. Ennek ékes bizonyítéka a bulvárszerű, szenzációhajász tudósítás, a drámai kifejezések használata és a különböző, zavarral kapcsolatos cselekmények szándékolt felnagyítása. Ide tartozhatnak olyan kifejezések, mint a „zavargás”, a „csata”, a „támadás”, az „ostrom”, a „rombolás”, a „dúlás” és az „ordibálás”, tehát mindaz, ami agresszivitást sugallhat az olvasóknak. Ez a stílus nemcsak a szubkultúrákkal foglalkozó írásokban jelenik meg, hanem gyakori a bűnügyi és a faji zavargásokról szóló cikkekben is. A túlzás és torzítás másik esete a többes szám gyakori használata és az események folyamatos ismételtetése, ami hozzájárulhat a tömeghisztéria kialakulásához.

A második elem az előrejelzés, amelyen a szociológus az események megismétlődésében szerepet játszó, burkoltan megjelenő feltételezéseket érti. A sugalmazások önbeteljesítő jóslatokként működnek, amelyek elősegítik a jelenség továbbgyűrűzését. A morális pánik folyamata során a sajtóban hivatalos személyek, hozzáértők szólalnak fel, akik előrevetítik az események folyamatát, hangsúlyozzák annak jelentőségét.

Harmadikként Cohen a szimbolizációt emeli ki (2000). A sztereotipizáló tömegkommunikáció előszeretettel épít a szavakban és a képekben gyökerező szimbólumokra, így olyan összetett gondolatok rejtőznek semlegesnek tűnő szavak vagy tárgyak mögött, mint például az igazságszolgáltatás a mérleg képében. A szimbolizáció során három alapvető folyamat zajlik le: egy bizonyos szó társadalmi státus jelképévé válik, egy-egy tárgy a szó jelképévé alakul, végül magát a státust és a hozzá kapcsolódó érzelmeket szimbolizálják. Röviden összefoglalva szimbólumoknak tekinthetők azok a nyelvi egységek, amelyekkel az egyének leképezik az őket körülvevő világot. Egy szó szimbólumnak tekinthető, amennyiben jelentéssel rendelkezik, amely egyszerre utal a konkrét jelenségre és a hasonló jelenségek osztályára, tehát összefüggéseket fejez ki (Kapitány & Kapitány 2002, 2014). Cohen szerint a szimbolizáció másik bevett technikája a dramaturgiai vagy rituális szempontok szerint kialakított interjú a csoport néhány tipikusnak beállított tagjával. Ezek a konstruált beszélgetések gyakorta szélsőségesek, így gyanú merül fel az igazságtartalmukkal kapcsolatban. Ez nem jelenti feltétlenül azt, hogy a cikkek írói hazugságokat közölnének, hanem az elhangzottakból azt teszik közzé, ami megfelel a közvélemény előzetes elvárásainak a csoporttal szemben.

A morális pánik médiakritériumai közül még ki kell emelni a terjedés és az intenzitás kérdését. Mint korábban már szó esett róla, a morális pánik időben jól behatárolható, ez a sajtóközlemények megjelenésében is nyomon követhető. Az intenzitás és terjedési minta lázgörbét ad ki, amely egy harangalakú függvényt képez le (Kitzinger 2000). A függvény csúcspontja kiugró értéként jelenik meg.

## A morális pánik alapja: a nők társadalmi helyzetének változása

A női nadrágviselet morális pánikként való sajtóreprezentációs vizsgálata előtt érdemes röviden utalni a pánik kiindulópontjára. Cohen, Goode, Ben-Yehuda és Kitzinger egyaránt hangsúlyozza a közvélemény kialakulásának fontosságát. Miért merül fel a morális pánik kérdése a nők nadrágviseletével kapcsolatban a 19. és 20. század fordulóján? A bevezetőben már említett jelenségek, a gazdasági konjunktúra, az urbanizáció és a technológiai fejlesztések lassan átalakuló társadalmi szerkezetet vontak maguk után. Ebben az átalakulásban megkérdőjeleződtek a korábban stabilnak hitt társadalmi szerepek, és a nők előtt számos lehetőség nyílt meg. Ezek többsége elsősorban a középosztály és az elit nőtagjait érintette. Az iparban és a mezőgazdaságban már korábban is dolgoztak nők, az 1880-as évektől számuk nagymértékben nőtt.

A legfontosabb az egyenjogúság kérdésére volt, ami számos nemzetközi (NAWSA<sup>12</sup> és az ISWA<sup>13</sup>) és hazai (Feministák Egyesülete) egyesület programjában helyet kapott (Acsády 1999, Szapor 2007, Kereszty 2011,

12 National Woman Suffrage Association, Amerikai Nők Nemzeti Választójogi Szövetsége.

13 International Woman Suffrage Alliance, Nők Választójogi Világszövetsége.

Szécsényi 2013, Acsády & Mészáros 2016, Papp & Sipos 2017). Ezek a programok megfogalmazták a nők szervezeti jogának kívánalmát is, ami Magyarországon hosszasan, évtizedekig elhúzódó vitát eredményezett (Kéri 2008, Simándi 2009). Az 1870-es évektől húzódó, választójogért folytatott küzdelem rávilágított a nők oktatási és munkavállalási helyzetére is. Magyarországon a kiegyezést követően a nők munkához fűződő joga lett az egyik legvitatottabb téma, ezen belül pedig kiemelkedett a képzéshez kötött hivatások betöltése. Az oktatás helyzetének változásához nagy mértékben hozzájárult az első női értelmiségiek, különösen a tanítónők társadalmi szerepe. A nőoktatás fejlesztése és az ezzel kapcsolatos törvénykezés<sup>14</sup> a nők analfabetizmusát csökkentve hozzájárult olvasási lehetőségeik bővüléséhez és az irodalmi életben való megjelenésükhöz is (N. Szegvári 1988, Müller 2000). Az íráskészség elsajátítása új távlatokat nyitott meg a nők előtt, létrejött a női sajtó (Czeferner 2014). Az olvasóköri megalakulásával párhuzamosan egyre több olyan fizikai tér vált elérhetővé a nők számára, ahol „gyülekezhettek”. A század utolsó évtizedeiben a nők is egyre gyakrabban látogathatták a korábban tabunak számító kávéházakat, eleinte kísérvél, később már egyedül is lehetőségük nyílt a belépésre. Mindezt előmozdította a kávéházakon belüli hölgytermek kialakítása, amelyek a leginkább szalonra hasonlítottak.

A közgondolkodás a nők fő munkájának a háztartás vezetését tartotta, a közvélemény általában a nőinél értékesebbnek vélte a férfimunkát<sup>15</sup> (Dobszay & Fónagy 2015). A 19. század második felében a saját vagyonnal rendelkező nőket is csak korlátozottan ismerték el cselekvőképesnek: a férfi rokonok igényt tartottak a tulajdonjog fölötti rendelkezésre. A jog buktatót jelenthetett az önállósodni kívánó nők számára, például a polgári szokásjog a vagyonnal rendelkező nőket tulajdonosként, nem pedig gazdasági szereplőként ismerte el. A 19. századi személyi és polgári jog a nők és a férfiak között határozottan különbséget tett. 1974-ig (1974. évi XXIII. tc.) a nők férjhezmenetelükig gyámság alatt álltak.

Az állami iparfejlesztési politikának köszönhetően a század utolsó évtizedeiben megnőtt a női ipari munkavállalók száma. A századforduló Magyarországon a nők közel 25 százaléka számított keresőképesnek, a legtöbben a mezőgazdaságban dolgoztak vagy házcselédként helyezkedtek el. Az 1880-as népszámlálás statisztikái a női ipari munkások adatait is rögzítették: számuk ekkor körülbelül néhány tízezerre tehető, ami a férfi foglalkoztatottak egytizede. A nők aránya az iparban 1910-re megnőtt: elsősorban a textiliparban és az élelmiszeriparban helyezkedtek el, de sokan dolgoztak dohány- és gyufagyárakban, len-, kender- és selyemfeldolgozásban, valamint nyomdákban is (Acsády 2017). A fizikai munkavégzés mellett népszerűvé vált a tanítói pálya is: elsősorban a kisdédóvókban és a népiskolában foglalkoztattak nőket (Nagy 2001).<sup>16</sup>

Ugyanakkor a diplomás, értelmiségi pályát választó nők aránya a századforduló környékén még mindig nagyon alacsony volt: körülbelül másfél százalék (Kéri 2008). A nők számára legelfogadottabb munkakörök olyan karitatív tevékenységekkel kapcsolódtak össze, mint a betegápolás vagy a varrás. A korszakban széles körű diskurzus folyt a különböző nőies vagy éppen nőietlen munkákról. Mindez nyomon követhető a sajtóban is, amely a közvélemény számára igyekezett kidomborítani bizonyos jellemzőket, amelyek alapján egy-egy munkakört megfelelőnek tartottak a nők számára (Sárai Szabó 2020).

A női test is a médiafigyelem középpontjába került. Ennek egyik kulcsmozzanata a sportolás lehetősége volt. Franciaország és Anglia közvetett szerepet játszott a női testideál kialakulásában, amelyet a Monarchia, ezzel együtt Magyarország igyekezett másolni és a saját képére alakítani. Ez az átvétel erkölcsi és politikai akadályokba ütközött, épp ezért lassabban zajlott le. A modern, nyugati országokban a század végén megjelenő tiszta és sportos test kultuszának háttérben az orvostudomány fejlődése és a szociális feltételek javulása állt. A nők testéről szóló, egyre gyakoribbá váló diskurzusok többségét még mindig a férfiak uralták, a nők csak lassan kapcsolódtak be a közbeszédbe. A téma hangadói elsősorban a női test egészségreformját sürgető orvosok voltak. Ennek szükségességére világít rá a korszakban még mindig (a sportolási lehetőségek ellenére) jellemző

14 Mint az alapfokú oktatás kötelezővé tétele (1868. évi XXXVIII. tc.), a felsőbb leányiskola reformja (1901) és a felsősoktatás részleges megnyitása a nők előtt (1895/96).

15 Ez még a parasztság esetében is fennállt, ahol a nők is végeztek fizikai munkát.

16 A 1900-as népszámlálás szolgál néhány adattal: 29 063 népiskolai tanító működött, egyötödüket nők tették ki. Emellett a tanügyben dolgozók jelentős része is nő volt.

mozgásszegény életmód, a rossz lakhatási helyzet, a szexuális felvilágosítás hiánya és a csecsemőhalandóság (Czingel 2020). A századforduló sportkultúrája nem a versenyről, hanem sokkal inkább a szórakozásról szólt. A polgári családok nőtagjainak körében elsősorban a séta, a korcsolya és a kerékpározás hódított (Kozák 2004).

A jogkiterjesztés, a nők munkavállalása és a számukra megnyíló új terek átalakították a nemi szerepeket is. A dolgozó, modern nő újraértelmezte a nőekkel kapcsolatos képet, így a nemek közötti kapcsolat szükségszerűen megváltozott. Míg korábban – részben a helyszínek, részben a szigorú illemszabályok miatt – kevesebb lehetőség nyílt a kapcsolattartásra, addig a századfordulóra átalakult közöttük a kommunikáció. Jogok, kötelességek és alapvetőnek, megváltoztathatatlannak vélt nemi szerepek újradefiniálása vált szükségszerűvé. A változások egyik jele az úgynevezett pajtásházasságok megjelenése.<sup>17</sup>

A kortársak számára a nőkérdés elsősorban a női munkavállalás és oktatás társadalmi és gazdasági következményeit jelentette, nem pedig a mentalitás vagy az életmód megváltozását. A századfordulón megfogalmazott sztereotípiák szerint a nők munkavállalása végzetes következményekkel járhat a családra nézve, vagy ha nem, akkor a nők nem képesek megfelelően ellátni munkahelyi feladataikat. A nőket rendszeresen említik a munkanélküliség okaiként, akik elveszik a munkalehetőséget a családfenntartó elől. További gondolatként jelent meg a női munkavállalás és a csökkenő születésszám, valamint az abortusz, a közerkölcs általános romlása és a nők öngyilkosságának növekedése, mint lehetséges következmény (Papp 2022). Az anyaság és a tradicionális családi szerepek szembeállítása a modern, dolgozó nővel az élclapok karikatúráin is látható, ahol számos vicc csattanójaként jelenik meg a gyermekek elhanyagolása vagy a férjre maradó otthoni munka (Kéri 2008).

Az elutasítás alapját képezte továbbá a század eleji (de már akkor meghaladottnak számító) gondolat, amely szerint a nők magasabb szellemi képzésben való részvétele káros a nemzetre nézve. Az ellenérvek döntő többsége a nők testi és pszichés gyengeségére hivatkozott; példaként hozták a döntési képességet befolyásoló érzelmességet (N. Szegvári 1988), de még a kisebb koponyaméretéből levezetettnek vélt alacsonyabb agyi kapacitást is (Simándi 2009).

Ezek a változások párhuzamosan zajlottak a reformruházat kialakulásával: a modern nő képe felvetette az új ruházat kívánalmát is. A korábbi divatkövető női ruhák egy-egy darabja hatalmas anyagigénnyel és súllyal rendelkezett, és óriási terhet rakott a testre (F. Dózsa 1989). Az egészségügyi problémákat tovább növelte a szoros fűzés, amely szervi deformációkat okozhatott (Szentesi 2016). A reformruházat mellett érvelő orvosok éppen ezért az egészséget és a higiéniát jelölték meg hivatkozásuk alapjául, és sürgették a ruházkodás gyökeres átalakítását. Közülük két német orvos, Max von Pettenkofer és Gustav Jäger munkásságát érdemes kiemelni: ők a test „levegőztetését”, azaz könnyebb, elsősorban gyapjúszövetből készült ruhák viselését szorgalmazták (F. Dózsa 2014).

A női nadrágviseletről szóló első írások a 19. század elején születtek, amikor a bécsi divatlapok egy gombokkal nadrággá alakítható lovaglóruháról számoltak be. A század közepén egy amerikai feminista, Elizabeth Smith Miller szabadidős tevékenységekhez kezdett nadrágot viselni, ami nagy hatást gyakorolt barátnőjére, Amelie Bloomerre. Bloomer a *The Lily* című lapban kezdte el népszerűsíteni a női nadrágviselést. Ugyan a férfias ruhadarabot nem sikerült foganatosítania a női öltözködésben, később a női nadrágot gyakran „Bloomer-öltönyként”, „Bloomer-öltözékként” vagy „bloomers-ként” említették (Entwistle 2000). Bár a magyar sajtóban felbukkannak a női nadrágviseletről szóló cikkek a 19. század első felében, a nadrág a női öltözködés központi kérdéseként az emancipáció elterjedésével párhuzamosan jelentkezett. Korai cikkekre példák az Amelie Bloomer-ról szóló írások, amelyek egy mondatban a női nadrágot is megemlítették. A sajtóéletben a téma rendszeres megjelenése a század utolsó évtizedére tehető. A lapokat egészen az első világháborúig foglalkoztatta a női nadrágviselés kérdése.

Érdemes röviden megemlíteni Paul Poiret ruhatervezőt. A francia tervező ruhái szabadabb mozgást biztosítottak a nőknek, ami újításként jelent meg a nemzetközi és a hazai sajtóban. Poiret-t az 1910-es években kezdte el

---

17 Ezek a törvényes házasságok a felek egyenlőségén és a társadalom által elvárt hagyományos családi szerepek elutasításán alapultak. A felek inkább jó barátok, szellemi partnerek voltak, mintsem szerelmesek, és nem tekintették fontosnak a gyermekvállalást sem. Megengedhetőnek tartották a válást, amely után a nő általában nem kért tartásdíjat.



foglalkoztatni a női nadrágviselet lehetősége, modelljeit gyakran öltöztette ebbe a ruhadarabba. 1911 őszén egy budapesti divatbemutatóra érkezett a magyar fővárosba, így ő volt az első divattervező, aki hivatalosan is bemutatta kollekcióját a magyar közönség előtt. Bemutatóit november 22-én és 23-án tartotta meg, és a sajtó részéről vegyes fogadtatást kapott (Mészáros 2017).

## Morális pánikot váltott ki a nők nadrágviselete a századfordulón?

A női nadrágviselet annak ellenére jelent meg problémaként a századforduló sajtójában, hogy már korábban is előfordult, például a női „arszlánok” esetében (Mátay 2009). A korábbi évtizedekkel ellentétben azonban az öltözködés átalakulása együttesen zajlott az emancipációval, és az ezzel kapcsolatos ellenérzés kézzelfoghatóan a nadrág viselete kapcsán csúcsonodott ki. Az elmúlt évtizedekben a női nadrágviselet tárgykörében született néhány olyan nemzetközi munka, amely a női nadrágviselettel szembeni ellenérzést tárgyalja, és a deviancia kérdését feszegeti (Lauer & Lauer 1980, Bard 2010); ugyanakkor a morális pánik kérdésköre eddig még nem merült fel. Szem előtt tartva az elméletet ért kritikákat, ebben az írásban a morális pánik médiakoncepcióját helyezem a középpontba, és a Cohen-i leltár (2000) három fontos eleme – a túlzás és torzítás, az előrejelzések és szimbolizáció, illetve a lázgörbe – meglétét vizsgálom.

Amint Cohen (2000) kiemelte, a morális pánik egyik alapköve a túlzások és torzítások jelenléte a sajtóban. Szerinte ide tartoznak azon durva és a legtöbbször bulvárhangnemű tudósítások, cikkek, amelyek alapvetően nem jellemzőek az adott csoportra és tevékenységére. A szociológus ide sorolta az agresszivitásra utaló különböző kifejezéseket, mint a zavargás, a támadás, a rombolás és a dúlás. A 405 darab általam kiválasztott írásban huszonnégy esetben említik, hogy a női nadrág viselete csődületet okozott. Erre példa a következő idézet is:

Villeneuve-Georgesban viharos utcai harcot provokált a nadrágszoknya, hova Béguin Johanna párizsi varrónő kirándult a napokban szülei meglátogatására és egyben be akarta mutatni a szülővárosa bélieknek a legújabb divatot. Jó szándékát azonban rút hálátlansággal viszonzta a nép, mert amint a városba érkezett, hatalmas tömeg verődött össze körülötte és a szegény nadrágszoknyás varrókisasszonyt eleinte megcsodálták, azután kicsúfolták, midőn pedig már több száz emberre szaporodott a harcias tábor, akkor valaki megtámadta mademoiselle Jeanne-t, brutálisan bántalmazta és erre azután több oldalról is rárohantak. A szerencsétlen lányról nemcsak a nadrágszoknyáját, de rajta levő többi ruhadarabot is letépték és hiába rimázkodott és kiabált, a csöcselék annál jobban inzultálta.<sup>18</sup>

Az idézet jól mutatja azt az esetet, amikor a nadrágos nőket érte támadás. A cikk a fennfordulás központi elemeként ábrázolta a női nadrágot, amely egyben az esemény kiváltóoka is volt. A gunyoros írás jószándéknak nevezte a női nadrág bemutatását és hálátlanságnak annak elutasítását. A cikk azt sugalmazta, hogy a nadrágot viselő nők a nyílt utcán nem lehetnek biztonságban, így igazolva látta az erőszakot. Érdekes kiemelni a tömeg megjelenését, amely a leírás szerint egyre növekedett (elérte a több száz főt). A tömeg ilyen nagymértékű ábrázolása (amely bizonyára túlzó, hiszen Villeneuve-Saint-Georges egy Párizs melletti apró település volt<sup>19</sup>) elsősorban az olvasóra lehetett hatással, és azt a benyomást keltette, hogy a női nadrágviselet elutasítása általános, és nagy tömeg áll mögötte.

18 A nadrágszoknya. *Pesti Hírlap*, 1911. március 11. 13. o.

19 1968 óta Párizs egyik kerülete.

1911-ben a Pesti Napló egy bécsi tudósításról (Neues Wiener Journal) számolt be, amely egy állítólagos budapesti incidenst idézett.<sup>20</sup> Az eset szerint a budapesti előkelő hölgytársaság két tagja nadrágban ment az Operaház egyik előadására. Mielőtt elfoglalták volna a helyüket, a közönség néhány tagja hangos kiáltással hívta fel a figyelmet az öltözékükre. A bejelentésre a teljes színház harsány kiáltásokkal követelte a nadrág levételét:

Harsogó nevetés követte ezeket a kiáltásokat s a hölgyek ijedten igyekeztek nadrágszoknyáikat eltakarni a függöny felgördültéig. A függönnyt fölhúzták, de az énekesek és énekesnők képtelenek voltak belefogni az énekbe, mert a lárma és nevetés szakadatlanul tartott tovább. Egy hölgy még tettelegességre is vetemedett, amennyiben megragadta a fiatalabbik nadrágszoknyás nő karját és minden ellenkezése ellenére fogva tartotta, hogy mindenki meggyőződést szerezhessen róla, milyen undok látványt nyújt egy nő nadrágban. Az egész közönség fölkelt helyéről és a látcsövek mind a legújabb divat két hordozójára szegeződtek. Még a karzatról is lerohantak az emberek, hogy a divatkirálynőket, akik e pillanatban minden máshoz hasonlítottak, csak királynőkhöz nem, megbámulják. ... A színházi botrány híre azonban, amely a nadrágszoknya miatt támadt, közben már az utcára is átterjedt, s óriási embertömeg várta a nőket, de a hosszú felöltőjük miatt a nadrágszoknya nem volt látható. Legvégül még a rendőrség is kénytelen volt beavatkozni a dologba s két rendőr kísérte a hölgyeket kocsijukig.<sup>21</sup>

Az alábbi idézet is jól mutatja a tömeg ábrázolását és az általános ellenséges hangulatot. A szövegrészlet folyamatos mozgást jelenített meg, egyfajta üldöző és üldözött szerepkörét. A rendőrség felbukkanása a lincselés lehetőségére is utalt. Érdeemes hangsúlyozni, hogy a provokáció központi figurája egy nő, aki szoroson fogta és nem hagyta menekülni a nadrágszoknyás hölgyet. A szerző ezzel a cikkel nemcsak azt mutatta be, hogy a jelenlévő operalátogató közönség ellenezte a ruhadarabot, hanem azt is, hogy a nők is elutasítóak voltak vele szemben.

A nadrágos nőkkel szembeni erőszak mellett ennek a fordítottja is előfordult a lapokban. Egy 1909-es cikk, amely a Pesti Naplóban<sup>22</sup> és a Pesti Hírlapban<sup>23</sup> is megjelent (igaz eltérő helyszínmegjelöléssel: New Yorkkal és Londonnal), szavazati jogért harcoló nőket mutatott be. A nők az utcán szónokoltak és szivarokat osztogattak, amelyeken a „Votes for women!” felirat állt. A gúnyos hangvételű cikk kiemelte a szivarok rossz minőségét és a nők előtt összegyűlt tömeg megvetését. Az írás szintén növekvő és elutasító tömegről számolt be. Az összegyűlt hallgatóság tagjai közül többen a „Menjenek haza mosogatni!” és a „Vigyázzanak inkább a gyerekeikre!” mondatokat kiabáltak feléjük. Ezek a felszólítások bemutatták a nők szerepéről szóló diskurzusokat, és a hagyományos családi szerepeket szembeállították a nőemancipációval. A cikk folytatásában a nők üldözőbe vettek néhány férfit, és az üldözésnek csak rendőri közbelépés vetett véget. A rendőrség megjelenítése tovább fokozta a pánikhangulatot, hiszen azt sugalmazta, hogy a nadrágot viselő nők veszélyesek a társadalomra, eltávolításuk csak hivatalos rendvédelmi szervek beavatkozásával lehetséges. A cikk utolsó mondata szerint a nők ezután sem hagyták abba a protestálást, ami a félelmetes és bizonytalan jövőt vetítette előre.

A túlzás és torzítás kapcsán Cohen (2000) a szövegek bizonyos ismételtetését feltételezi. A kutatás során ennek feltérképezéséhez az NVivo klaszteranalízise, azon belül a Sørensen-Dice koefficiens (vagy Sørensen-féle koefficiens) jelentett segítséget.<sup>24</sup> Az analízis azt mutatta, hogy nagy arányú szöveghasonlóságok léptek fel

20 Bár a Pesti Napló cikke jelzi, hogy nem megtörtént esetről van szó, mégis fontosnak érzi, hogy egyben leközölje a teljes szöveget.

21 A nadrágszoknya. *Pesti Napló*, 1911. III. 5. 12. o.

22 A feministák tüntetési. *Pesti Napló*, 1909. VIII. 1. 10. o.

23 A suffragettek munkában. *Pesti Hírlap*, 1909. VII. 24. 10. o.

24 A Sørensen-féle koefficiens alapvetően biológiai vizsgálatok során használják, azonban az NVivo szoftverelemző program képes szöveganalitikát is végezni a segítségével. A Sørensen-féle koefficiens egy olyan statisztikai mutató, amely két minta hasonlóságát méri. Az egyenlet a két populáció (jelen esetben folyóiratok) közötti átfedést úgy méri, hogy a két populáció között megosztott fajok (jelen esetben cikkek) számának arányát viszonyítja a két populáció alszámához. Az index így 1 és 0 között változik, ami során két szöveg értéke minél inkább közelít az egyhez, annál nagyobb egyezőséget mutat.

a vizsgált anyagban, kétszer szinte teljesen egyező szövegek jelentek meg. Tizenöt olyan eset fordult elő az, amikor a cikkek szövegének fele megegyezett. Közel teljes egyezést mutat például a Pesti Napló 1903. május 30-ai<sup>25</sup> és a Pesti Hírlap 1903. május 28-ai cikke.<sup>26</sup> A nagy arányú egyezések mögött állhat az ekkor még nem szigorúan megítélt plagizálás és a tudósítók cikkeinek többszöri eladása is.

A morális pánik médiakoncepciójának elemei közül a másodikat az előrejelzések jelentik. Cohen (2000) szerint ez elsősorban hivatalos személyek bemutatásával történik, akik előrevetítik a későbbi eseményeket. A női nadrágviseléssel kapcsolatban ilyen hivatalos személy lehet például egy esztéta:

A kétágú szoknya legnagyobb ellensége Mr. Stone, a Párisban élő kiváló angol festő és esztétikus. Stone legutóbb a következőképpen nyilatkozott e ruhadarabról: „Meg vagyok győződve, hogy a kétágú szoknyának nálunk Angliában sohasem lesznek hívei”.<sup>27</sup>

Az idézet azt sugallta, hogy a hozzáértő, mint például egy esztéta, aki a művészettel kapcsolatos kérdések általánosan elfogadott szakértője, elutasító a női nadrággal kapcsolatban. Az olvasókban – a kompetens értékítéletben bízva – szintén ez a gondolat fogalmazódhatott meg. A cikk hangsúlyozta Angliát, amely Párizs után a második legnagyobb divatközpontnak számított ekkoriban. Ez a mozzanat szintén arra hivatott, hogy eltántorítsa a hazai olvasókat a női nadrágviseléttől, hiszen ha egy divatfővárosban elutasításra kerül ez a darab, akkor itthon sem tud meggyökeresedni.

A Pesti Napló 1900-ban megjelent cikkében híres művésznőket kérdeztek arról, hogy szívesebben születtek-e volna férfinak. Az egyik megkérdezett „Miss Ives” színésznő volt,<sup>28</sup> aki kifejezte, hogy férfiként kerülné a rossz szokásokat (a szeszestalt vagy a kártyajátékot), és visszafogottan öltözködne: „...nadrágomat nem húznám fel olyan magasra.” Azaz a kérdés ellenére egyféle szempont, vélemény került előtérbe, és egy hipotetikus válasz esetén sem lépett ki a meghatározott keretből.<sup>29</sup>

Az elemzés során felbukkant egy másik előrejelzés-kategória is. Számos esetben (44 cikkben) az író távoli, bizonytalan jövőképet vázolt fel, amelynek középpontjában a női nadrág állt. A Budapesti Hírlap 1913-ban egy „Anno 2013” című színdarabról tudósított.<sup>30</sup> A műben előkerült a nők szerepe és a nadrág kérdése, a megvalósult egyenjogúság kiteljesedése, az egyforma öltözék. A lap elutasította a darabot, nemcsak a női nadrágvisélet miatt, hanem mert az elképzelt jövőben a nők és a férfiak egyenlő munkamegosztással végzik otthoni teendőiket. Látható, hogy a megváltozó társadalmi berendezkedés félelme és a női nadrágvisélet szorosán összekapcsolódott.

Ilyen távoli jövőt előrevetítő cikkekre példa a Budapesti Hírlap 1911-es írása is. A berlini állatkertben egy kutya állítólag beszélni kezdett. Az etológiai fejtegetés végül jövőmondásba csapott át:

Ámbár a XI. században egy római klostrom romjai alatt talált jövendölés azt mondja: Ha az asszonyok férfiakká változnak és nadrágban kezdenek járni, vagy ha az állatok emberi nyelven kezdenek szólni, akkor nagyon közel leszen a világ vége. Egyelőre még csak a nők kezdenek szoknyanadrágban járni.<sup>31</sup>

A szöveg záró bekezdése beemelte azt a vallási alapon nyugvó gondolatot, hogy a nők és a férfiak (társadalmi) szerepe eleve meghatározott és elrendelt. A nő nem viselhet nadrágot, mert az egyet jelent a férfivá válással.

25 Nők férfiruhában. *Pesti Napló*, 1903. V. 30. 16. o.

26 Nők férfiruhában. *Pesti Hírlap*, 1903. V. 28. 19. o.

27 Harc a kétágú szoknya körül. *Pesti Napló*, 1911. II. 18. 12. o.

28 Valószínűsíthetően Anne Ives (1886–1979) amerikai színésznő.

29 Ha asszony nem volnék! *Pesti Napló*, 1900. V. 13. 19. o.

30 A jövő egy szüffrazsett szemüvegén át. *Budapesti Hírlap*, 1913. IX. 7. 1. o.

31 Beszélő állatok. *Budapesti Hírlap*, 1911. III. 12. 50. o.

Az eddig meghatározott normától való eltérés világvégével fenyeget, azaz az elképzelt jövő középpontjában a káosz képe áll. A kiemelt gondolat továbbá lealacsonyítja a nőket, egy szintre helyezi őket az állatokkal.

Cohen kiemeli a szimbolizáció fontosságát. Az itt vizsgált korpusz a női nadrágot számos esetben szimbólumként kezelte, a férfiasság, a szabadság, az egyenlőségért folytatott küzdelem és a hatalom jelképeként jelenítette meg. Ezt mutatja be az alábbi idézet:

A nadrág jó szolgálatot tehet az emancipált nők elkülönített szektájának, mint egyenruha, mint az évezredek bilincsek merész széttörőinek, a férfinő-egyenlőség harcosainak szimbóluma, de azokat a nőket, kik a férfi-nő egyenlőség problémáját nem a bilincseken kívül, hanem belül keresik, azokat a nadrágviseletet, mint a divat zónáján kívül eső hóbort, nem fogja érdekelni. Hogy a legvadabb, leghabzóbb szájú anarchista feministát mi érdekelheti e szépség és ízlésnélküli ruhadarabban, az az ő dolga és senkinek semmi kifogása ellene, hogy elvei és életcéljai külső megnyilvánulását egy nadrágban vágja a világ szeme közé.<sup>32</sup>

Az idézett szöveg két kategóriára osztotta a nőket: az emancipációért nadrágban küzdőkre és azokra, akik nem egy ruhadarabhoz kötik az egyenjogúságot. A szöveg érdekessége, hogy ez utóbbi kategóriát nem fejtette ki részletesen, ellenben a nadrágos nőket számos negatív jelzővel illette: anarchista, habzó szájú. A cikk elutasította a női nadrágviseletet, amelyet ízléstelennek bélyegzett. A szerző ellentmondásba keveredett, hiszen egyszerre állította be a nadrágot könnyen múló hóbortnak és az egyenlőség harci szimbólumának, ami állandóságot feltételez. A pánikhangulatot fokozta a „szekta” kifejezés megjelenítése, amely egyfajta vallási devianciára utalhatott. A Pesti Hírlap egy másik képet is kiemelt a nadrággal kapcsolatban:

Arról van szó, hogy a ruhareform általánossá legyen. Az a nagy reform, amely a nőről le akarja húzni a szoknyát s a nadrágot tartja a szabadság jelképének. A női jogok nem férnek el szoknyában, csak nadrágban tudnak érvényesülni. Ezt tartja a női jogok serege. – A férfi hatalmát látja s azt is, hogy a férfi nadrágban jár. Bizonyos tehát, hogy a nadrág a hatalom. A szoknya a gyöngesség.<sup>33</sup>

A szövegrészlet több szimbólumot is beemelt. A nadrág megjelent mint a szabadság és a hatalom jelképe, így egyenlőségjelet is tett közénk: az a szabad egyén, aki a hatalmat birtokolja. Ezzel szembeállította, dichotóm párként jelenítette meg a szoknyát mint a szolgaság és a gyengeség szimbólumát. A cikk a folyamatot reformként értelmezte, és a jelenség általános elterjedését vetítette előre.

Végezetül, a morális pánik lázgörbéjének (Kitzinger 2000) jelenlétét az interkvartilis terjedelem (*IQR*) igazolja. Az értékelésben a sokasági eloszlás jelent segítséget.<sup>34</sup> A metódus során a lapok női nadrágviseletet megjelenítő

32 Nadrág vagy szoknya? *Pesti Hírlap*, 1911. II. 28. 33. o.

33 A legújabb pályázat. *Pesti Hírlap*, 1897. III. 7. 6. o.

34 A szimmetria vizsgálata mellett a sokaságot lehet jellemezni úgy is, hogy az adatok milyen közel helyezkednek el az átlaghoz, vagy mennyire egyenletes az eloszlás a minimum és a maximum értékek között. A sokaságot több különböző részre lehet osztani, ezek közül a legismertebb a medián kifejezés (más néven sokasági felezőpont), amely a sokaságot két egyenlő részre osztja. A sokaságot azonban nemcsak két, hanem több egyenlő részre is lehet bontani, például negyedelni (kvartilis, amelynek jele  $Q_p$ ). A kvartilisek használatát gyakran alkalmazza a statisztika, főként azért, mert a kvartilisek távolságára épül egy szóródás mérőszám, amelyet a neve interkvartilis terjedelem (*IQR*). Az interkvartilis terjedelem a sokaság középső, 50 százalékos terjedelmét vizsgálja, így kiküszöbölvé a terjedelem hibáját, azaz az extrémén kiugró adatokra vonatkozó érzékenységet. A számolási metódus további fontos elemei a medián ( $M_i$ ), az alsó kvartilis ( $Q_1$ ), amely értéknél az adatok negyede kisebb, háromnegyede pedig nagyobb, valamint a felső kvartilis ( $Q_3$ ), amely értéknél az adatok háromnegyede kisebb, a negyede pedig nagyobb. Emellett az extrémén kiugró adatokat az alsó (vagy más néven „lower fence”,  $F_L$ ), illetve a felső (vagy más néven „upper fence”,  $F_U$ ) korlát segítségével lehet kimutatni. Az interkvartilis terjedelem mértéke a  $Q_3$ -ból  $Q_1$  értéket kivonva kapható meg:  $IQR = Q_3 - Q_1$ . Az alsó és felső korlát kiszámolási módszere az alábbiak szerint alakul:  $F_U = Q_3 + (1,5 \cdot IQR)$ ;  $F_L = Q_1 - (1,5 \cdot IQR)$ . A számítási metódust úgynevezett boks-bajusz ábrázolásnak (Box and Whiskers Plots) is nevezik (Kehl 2021).

közleményeinek évenkénti leosztása számsorként szolgáltatta a számítás alapját. Az év szerinti megjelenéseket az alábbi táblázat mutatja:

1. táblázat  
A megjelentetett cikkek száma év szerint bontásban

Év	Összes cikk	Budapesti Hírlap	Pesti Hírlap	Pesti Napló
1896	23	0	14	9
1897	27	3	18	6
1898	26	2	18	6
1899	27	5	15	7
1900	18	1	12	5
1901	13	2	2	9
1902	10	0	8	2
1903	5	1	2	2
1904	21	1	9	11
1905	11	1	5	5
1906	10	3	4	3
1907	12	1	7	4
1908	7	3	4	0
1909	20	1	13	6
1910	15	3	6	6
1911	86	19	41	26
1912	28	5	12	11
1913	22	8	8	6
1914	24	4	11	9

Forrás: A szerző saját táblázata

Az elvégzett műveletek azt jelzik, hogy az 1911-es év lapkiadásai összesítve és laponkénti bontásban is meghaladják az  $F_u$  értékét. Egyszerűbben megfogalmazva, mindhárom adat (lásd szürkével jelölve) kiugróan magasnak számít a többi évhez képest; az 1896 és 1914 közötti, női nadrágviseletről szóló cikkek lázgörbét írják le, így a vizsgált cikkek összesítve és laponkénti leosztásban is eleget tesznek ennek a kritériumnak.

Fekmerül a kérdés, hogy mi okozhatta az 1911-es kiugróan magas számot. A válaszadásban segíthet egy mátrixlekérés, amely megmutatja az 1911-es év leggyakrabban használt szavait és kategóriáit. A művelet során előtérbe kerül a divat és az utcai öltözködés témája és Paul Poiret neve is. Poiret 1911-ben tartott divatbemutatója prioritásként jelent meg a lapokban. Ugyan ezen az eseményen nem mutatott be nadrágszoknyás modelleket, de a női nadrágviseletről elhíresült tervezőről és eme ruhadarabjáról nem győztek cikkeket írni. Ezen szövegek nagy része elutasító volt:

Ez a divatkirály, aki annak köszönheti vagyonát, hogy mindig új divatot igyekszik megteremteni, nem retten vissza az ilyen lehetetlen ruhadarabok megtervezésétől sem. A hölgyek pedig, a híres ízlésű párisi hölgyek nyugodtan túriák Poiret uralkodását s nem veszik észre, hogy amikor Poiret dolgait elfogadják, saját jóízlésük ellen törnek;

e ruhadarab elfogadásával pedig már ízlésük degeneráltságának is szomorú tanújelét adják. Mert a kétágú szoknya valóban nem szép.<sup>35</sup>

A szöveg nemcsak Poiret-et ábrázolja negatívan, akit basáskodó uralkodónak állít be, hanem így beszél a női nadrágról is, aminek viselőit szolgálalkúeknek nevezi. A demagóg hangvételű írás ezeket a nőket szépséget nélkülöző lényekként írja le. A „degenerált”, mint orvosi kifejezés tovább fokozza a képet, hiszen a nadrágot viselő nőket (szellemi) betegségben szenvedőkként, értelmi fogyatékosokként jellemzi. Az idézet – ahogyan a többi is – az elutasításról és a félelemtől árulkodik, amit a nők nadrágviseletének lehetősége váltott ki.

## Összegzés

A 19. század második felében és a 20. század első felében a gazdasági és politikai változások hatást gyakoroltak a társadalmi szerkezetekre is. Ez élesen megmutatkozott a társadalmi normák megkérdőjelezésén, a nők és a férfiak a társadalomban és a családban betöltött szerepén. A nők előtt számos lehetőség nyílt meg: a közéleti részvétel mellett a sportolási és a szórakozási lehetőségeik is bővültek. Mindez együtt járt a ruházat megváltozásával és reformációjával, hiszen megjelent a női nadrágviselés lehetősége.

A női nadrágviselet heves elutasítást váltott ki a magyar társadalomban, ami jól követhető a korabeli sajtóban. A tiltakozás felveti a morális pánik kérdését. E tanulmányban a hazai sajtóban a női nadrágviselet kapcsán a morális pánik médiakritériumainak cohen-i elemeit vizsgáltam. A vizsgált szövegkorpusz egyaránt eleget tesz a túlzás és torzítás, az előrejelzések és a szimbolizáció kritériumainak, valamint a kiadott közlemények megjelenítik a morális pánik lázgörbéjét. Kutatásom így a nőtörténet és az öltözködéstörténet területére koncentrálni új elemzési lehetőséget vetett fel, a morális pánik elméletét pedig kvantitatív számításokkal igazolta.

## Irodalom

Acsády Judit (1999): A magyarországi feminizmus a századelőn. In: Püski Levente, Timár Lajos & Valuch Tibor (szerk.): *Politika, gazdaság és társadalom a XX. századi magyar történelemben. I. kötet*, 295–311. o. Debrecen: KLTE Történelmi Intézet Új- és Legújabbkori Magyar Történelmi Tanszék.

Acsády Judit (2017): Ipari munkásnők Magyarországon. Közelítések és szempontok a téma társadalomtörténeti feldolgozásához. *Múltunk*, 17 évf. 2. sz. 25–52 o.

Acsády Judit & Mészáros Zsolt (2016): Feminizmus a fővárosban és vidéken a múlt századelőn. In: Pap József & Tóth Árpád (szerk.): *Vidéki élet és társadalom Magyarországon*, 486–501. o. Budapest: Hajnal István Kör & Társadalomtörténeti Egyesület.

Andorka Rudolf (2006): *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris Kiadó.

Angelusz Róbert (1995): *Kommunikáló társadalom*. Budapest: Ferenczy Könyvkiadó.

Bard, Christine (2010): *Une Histoire Politique de Pantalon*. Paris: Seuil.

Ben-Yehuda, Nachman (1980): The European Witch Craze of the 14<sup>th</sup> to 17<sup>th</sup> Centuries: A Sociologist's Perspective. *American Journal of Sociology*, vol. 86, no. 1, pp. 1–31, <https://doi.org/10.1086/227200>

Broby-Johansen, Rudolf (1969): *Az öltözködés története*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Buzinkay Géza (2008): *Magyar hírlaptörténet 1848–1918*. Budapest: Corvina Kiadó.

Buzinkay Géza, Kókay György & Murányi Gábor (1994): *A magyar sajtó története*. Budapest: A Magyar Újságírók Országos Szövetsége.

---

35 Harc a kétágú szoknya körül. *Pesti Napló*, 1911. II. 18. 12. o.

- Cohen, Albert (1955): *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. New York: Free Press.
- Cohen, Stanley (1972): *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*. London: Blackwell.
- Cohen, Stanley (2000): Ifjú szörnyetegek. A modok és a rockerek megteremtése. *Replika*, 40 évf. 3. sz. 49–65. o.
- Cunnington, Cecil Willet (1976): *A Dictionary of English Costume*. London: Adam & Charles Black.
- Czingel Szilvia (2020): *A női test alakváltozatai*. Budapest: Jaffa Kiadó.
- Czeferner Dóra (2014): „Kávéházakban, klubokban, olvasókörökben kérjük A Nő és a Társadalom lapot!” Egy folyóirat a nők egyenjogúságáért. *Médiakutató*, 15. évf. 2. sz. 49–61. o.
- Császi Lajos (2003): *Tévээрőszak és morális pánik*. Budapest: Új Mandátum Kiadó.
- Dobszay Tamás & Fónagy Zoltán (2015): Magyarország társadalmi a 19. század második felében. In: Gergely András (szerk.): *Magyarország története a 19. században*, 397–459 o. Budapest: Osiris Kiadó.
- Entwistle, Joanne (2000): *The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social Theory*. Cambridge: Polity Press.
- Ék Erzsébet (1994): *Magyarországi viseletek: a honfoglalástól napjainkig*. Budapest: Littoria Könyvkiadó.
- F. Dózsa Katalin (1989): *Letűnt idők, eltűnt divatok 1867–1945*. Budapest: Gondolat Könyvkiadó.
- F. Dózsa Katalin (2014): „Mebámolni és megbámultatni”. *Viselettörténeti tanulmányok*. Budapest: L'Harmattan.
- Fábri Anna (1999): *A nő és a hivatása. Szöveggyűjtemény a nőkérdés magyarországi irodalmából 1777–1865*. Budapest: Kortárs Kiadó.
- Fábri Anna (2006). *A nő és a hivatása II. Szemelvények a magyarországi nőkérdés történetéből*. Budapest: Kortárs Kiadó.
- Goode, Erich & Nachman Ben-Yehuda (1994): *Moral Panics: The Social Control of Deviance*. London: Blackwell.
- Györy Csaba (2016): Címkezéselméletek. In: Borbíró Andrea, Gönczöl Katalin, Kerezi Klára & Lévy Miklós (szerk.): *Kriminológia: bűnözésmagyarazatok*, 175–176 o. Budapest: Wolters Kluwer.
- Hall, Stuart, Charles Critcher, Tony Jefferson, John Clarke & Brian Roberts (1978): *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London: Macmillan, <https://doi.org/10.1007/978-1-349-15881-2>
- Kapitány Ágnes & Kapitány Gábor (2002): Résztvevő megfigyelés a saját társadalomban – Korszakok szimbolikája. In: Kapitány Ágnes & Kapitány Gábor (szerk.): *Jelbeszéd az életünk 2.*, 124–156 o. Budapest: Osiris Kiadó.
- Kapitány Ágnes & Kapitány Gábor (2014): Fejükre estek-e az istenek? Avagy emergenciac és szimbólum: a tárgy-szimbolika alakulásának néhány törvényszerűsége. In: Kapitány Ágnes & Kapitány Gábor (szerk.): *A mindennapi élet jelrendszereiről: szocio-szemiotikai tanulmányok*, 617–647. o. Budapest: Loisir Kiadó.
- Kaposi Zoltán (2002): *Magyarország gazdaságtörténete 1700–2000*. Budapest & Pécs: Dialóg Campus Kiadó.
- Kehl Dániel (2021). *Valószínűségszámítás és statisztika*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
- Kereszty Orsolya (2011): *A „Nő és a Társadalom” a nők művelődéséért (1907–1913)*. Budapest: Magyar Tudománytörténeti Intézet.
- Kéri Katalin (2008): *Hölgyek napernyővel. Nők a dualizmuskori Magyarországon 1867–1914*. Pécs: Pro Pannonia.
- Kiss Tibor (2020): Deviancia. In: Barabás Andrea Tünde (szerk.): *Alkalmazott kriminológia*, 131–151. o. Budapest: Dialóg Campus.
- Kitzinger Dávid (2000): A morális pánik elmélete. *Replika*, 40. sz. 23–48. o.
- Kósa László (2006): *Magyar Művelődéstörténet*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Kozák Péter (2004): *Illem, sport, divat. „Amazonok” a századfordulón (19–20. század)*. Budapest: Viktória Kiadó.
- Lauer, Jeanette C. & Robert H. Lauer (1980): The Battle of the Sexes: Fashion in 19th Century America. *The Journal of Popular Culture*, vol. 13, no. 4, pp. 581–589, [https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1980.1304\\_581.x](https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1980.1304_581.x)
- Mátay Mónika (2009): Egy nődandy karrierje: képek Batthyány Apraxin Júlia életéből. *Médiakutató*, 10. évf. 4. sz. 81–86. o.
- Mészáros Zsolt (2017): A divattervező látogatása – Paul Poiret Budapesten. *Újkor.hu*, IV. 28., <https://ujkor.hu/content/a-divattervezo-latogatasa-paul-poiret-budapesten-1911>

- Müller Ildikó (2000): Az alap és középfokú leányoktatás Magyarországon a dualizmus időszakában. *Sic Itur ad Astra*, 3. sz. 131-204. o.
- Nagy Mária (2001): A tanítóság a századelőn, a statisztikai adatok tükrében. In: Baska Gabriella, Nagy Mária & Szabolcs Éva (szerk.): *Magyar tanító, 1901*, 11-37. o. Pécs: Iskolakultúra.
- N. Szegvári Katalin (1988): *Numerus clausus intézkedések az ellenforradalmi Magyarországon*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Papp Barbara (2022): „Nőkérdés” és női iránymutatás. Pályaválasztási tanácsok lányoknak a Horthy-korszakból. *Aetas*, 37. évf. 1. sz. 93-106. o.
- Papp Barbara & Sipos Balázs (2017): *Modern, diplomás nő a Horthy-korban*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Rosta Andrea (2007): *A deviáns viselkedés szociológiája*. Budapest: Loisir Könyvkiadó.
- Sárai Szabó Katalin (2020): „Mellékíze van a kenyérünknek.” A női munkavállalásról szóló diskurzus a 19. század második felében és a 20. század elején. In: Zs. Török Zsuzsa (szerk.): *Nők, időszaki kiadványok és nyomtatott nyilvánosság 1820-1920*, 299-333 o. Budapest: Reciti.
- Simándi Irén (2009): *Küzdelem a nők parlamenti választójogáért Magyarországon 1848-1938*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Sindall, Rob (1990): *Street Violence in the Nineteenth Century*. Leicester: Leicester UP.
- Szentesi Réka (2016): Egészség, feminizmus, szépségideál: A fűzőviselet körüli vita a dualizmus korában. In: F. Dózsa Katalin, Szatmári Judit Anna & Vér Eszter Virág (szerk.): *Divat, egyén, társadalom*, 145-161 o. Budapest: ELTE Eötvös Kiadó.
- Szapor Judit (2007): A magánszférából a politikai közéletbe. A női politizálás története a kezdetektől 1945-ig. In: M. Palásik Mária (szerk.): *A nő és a politikum. A nők politikai szerepvállalása Magyarországon*, 129-144 o. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Szécsényi Mihály (2013). Nőkongresszus Budapesten, anno. *Budapest*, 36. évf. 7. sz. 2-5. o.
- Young, Jock (1971): *The Drugtakers: The Social Meaning of Drug Use*. London: MacGibbon and Kee.



# Az agrárius mozgalom, a Köztelek folyóirat és az Egyesült Államok (1892–1908)

Paár Ádám

Méltányosság Politikaelemző Központ

A 19. század végén az Egyesült Államok vitathatatlanul vezető gazdasági és katonai hatalommá vált, és fölkelte többek között a magyar újkonzervatív agrárius irányzat figyelmét is. A Károlyi Sándor gróf, Darányi Ignác, Apponyi Albert gróf mellett neves agrárszakemberek nevével fémjelzett mozgalom bírálta a dualizmuskorabeli kormányokat az általuk egyoldalúnak érzett iparpártoló („merkantil”) gazdaságpolitika miatt, valamint általában véve kritizálta az agrárnépesség gazdasági és szociális helyzetének figyelmen kívül hagyását. Az agráriusok nem alakítottak saját pártot, de élénk szervezeti életet valósítottak meg, és egyebek mellett a sajtót használták elveik képviseletére és népszerűsítésére. Figyelemmel kísérték a külföldi folyamatokat, és sajtójuk – mindenekelőtt a nívós, 1891 és 1944 között megjelenő Köztelek – beszámolt a külföldi gazdasági, társadalmi és agrártudományi hírekről. E tanulmányban arra törekszem, hogy bemutassam, miként reflektált az agrárius mozgalom vezető lapja, a Köztelek az észak-amerikai állapotokra, különösen az elnökválasztások idején kiéleződött politikai versenyre, valamint hogyan láttatta a farmerek helyzetét. A lap közvetlenül nem foglalkozott az amerikai kérdésekkel, így nem tett említést a populista mozgalomról, de bírálta az 1896-ban hivatalba lépő McKinley kormányát.

**Kulcsszavak:** agrárius konzervatív, demokrácia, Egyesült Államok, farmer, Köztelek, Magyarország, mezőgazdaság, populizmus, sajtó

## The Agrarian movement, the journal Köztelek and the USA (1892–1908)

In the late 1800s, when the USA became the leading economic and military power, a new Hungarian political group described as ‘agrarian’ began to look into American life, politics and economics. The Agrarians criticised the Hungarian governments for their exaggerated support granted to the industries and for ignoring the interests of the peasant population. The Agrarians refused to establish a political party of their own, and represented and popularised their values and ideas via their press. Their representative journal, Köztelek, took account of the foreign news in the areas of economic, social and agrarian science. This journal was specialised in the education of smallholders and reported on economic and political news from abroad. By examining the way Köztelek reflected on American life, one can establish that the Agrarian authors focused on three topics, including the American economy (agriculture, trade and transport), the way of life of farmers, and political tensions. Köztelek did not mention the Populist movement, the agrarian democratic movement in the USA, but it criticised the McKinley government which came to power in 1896.

**Key words:** agrarian conservative, agriculture, democracy, farmer, Hungary, Köztelek, populism, press, United States

## 1. Az agrárius irányzat

A 19. század végi magyar újkonzervativizmus egyike az elfeledett politikai hagyományoknak, dacára annak, hogy például a történettudomány területén Szabó Miklós és Tőkéczi László – egymástól eltérő hangsúllyal – monográfiáikban és tanulmányaikban részletesen bemutatták az újkonzervatív gondolkodókat, elemezték mozgalmait (Tőkéczi 1994 & 1997, Szabó 2003). Az újkonzervativizmus egyik ágát képezte az agrárius irányzat, amely kifejezetten a mezőgazdasági népesség sorsa felől fogalmazott meg kritikát a Tisza Kálmán vezette Szabadelvű Párt (konzervatív-)liberális gazdaságpolitikájával szemben. Borbándi Gyula (1983) a népi mozgalomról írott monográfiájában körképszerűen vázolta föl az agrárius mozgalom vezérkarát. Darányi Ignác, valamint a három agrárius gróf, Károlyi Sándor, Apponyi Albert és Bethlen István tekinthetők a legismertebb agrárius személyiségeknek. Az őket segítő agrárszakemberek „szűkebb” magját Egan Ede, Bernát István, Rubinek Gyula, Vargha Gyula, Buday Barna, Schandl Károly és Hegedüs Lóránt alkotta. Az agrárius mozgalom nem alakult önálló párttá. Hasonlóan a német agrárius mozgalomhoz, mindvégig hálózatosan működött, nyomásgyakorló szervezeteken (Országos Magyar Gazdasági Egyesület, a továbbiakban OMGE, Gazdaszövetség, Országos Széchenyi Szövetség), a szövetkezeti mozgalmon (Központi Hitelszövetkezet, „Hangya” Országos Fogyasztási és Értékesítési Szövetkezet) és folyóiratokon (Gazdasági Lapok, Köztelek, Hazánk) keresztül (Vári 2007).

1891-ben az OMGE, azaz a nagybirtokosok lobby szervezete új lapot indított Köztelek néven. Szerkesztőségében az OMGE tagjai vettek részt, ezért sokáig nem kellett finanszírozási gondokkal küszködni. Az 1891 és 1931 között hetente kétszer, majd 1931 és 1944 között hetente egyszer megjelenő folyóirat neve utal arra, hogy alapítói a közösség sorsával kapcsolatos kérdéseket a napi politikai harc elé helyezték (Turányi 1958). A névadás Széchenyi Istvánra utalt, aki a lótenyésztés népszerűsítésére 1827-ben alakult Pályafutási, későbbi nevén Állattenyésztési Társaság székházát nevezte el Közteleknek (a ház a mai Üllői út 25. szám alatt található) (Paikert 1895). Széchenyi neve és kultusza a békés anyagi és szellemi építkezés szükségességét idézte meg.<sup>1</sup>

A külföldi gazdasági és politikai rendszerek intenzíven foglalkoztatták a magyar agráriusokat, ezért Európa mellett az Egyesült Államok is rendszeresen szerepelt témaként a Köztelek hasábjain. Olyanok tettek tanulmányutat az Egyesült Államokban, mint Széchenyi Imre és Andrássy Géza grófok, akik az agrárius mozgalom – méltatlanul – elfeledett alakjai (Széchenyi 1883, Andrássy 1883). Jogosan merül föl a kérdés: miért tartották érdekesnek az Egyesült Államokat? Hiszen látszólag nem is találni nagyobb különbséget, mint ami az újkonzervatív inspirációjú liberalizmus- és kapitalizmus-kritika, illetve a liberalizmus egyik szülőföldjének tekintett Egyesült Államok politikai rendszere között húzódott. Csakhogy az agráriusok jól látták, hogy a szabad verseny elvével szembeni társadalmi ellenállás a széles tömegek – a farmerek, a munkások – részéről mind intenzívebben formálja az amerikai rendszert. Az Amerikát járt agráriusok azt tapasztalhatták, hogy a kapitalizmus megszelídítéséért folyó küzdelem elvezeti az Egyesült Államokat a nép nagyobb politikai részvételét igénylő tömegdemokrácia irányába (nem elfelejtve, hogy a korabeli amerikai demokrácia nem a mai értelemben volt demokratikus; például a korban tehertétele volt a választójog „faji”, jövedelmi és nemi cenzusok általi korlátozása) (Andrássy 1883, Széchenyi 1883).

A Köztelek című folyóirat tudósításai alapján megkísérlem elemezni az agráriusok Amerika-képét. Nem a hírügynökségektől átvett tudósításokat vizsgálom, csak a lap saját munkatársainak cikkeit (önmagában érdekes, hogy a Köztelek kiadását finanszírozó OMGE külön tudósítókat tartott fenn az Egyesült Államokban). Nem minden USA-témájú cikket és tanulmányt vontam be a vizsgálatba, csupán az amerikai elnökválasztás éveiről

1 Széchenyi egyrészt reformkonzervatívként, másrészt a békés építőmunka apostolaként való interpretálása az 1848–49-es szabadságharc után kezdődött, a kossuthi politika explicit kritikájaként. Mindenekelőtt Csengery Antal, Kemény Zsigmond és az újkonzervatív gondolkodáshoz közel álló Asbóth János hivatkozott példaként Széchenyre, nagyrészt lehántva Széchenyi politikájáról annak liberális eszmei tartalmát és redukálva ténykedését a gazdasági evolucionizmus és a közjogi stabilitás értékére, továbbá szembeállítva a többé-kevésbé mindannyiuk által démonizált Kossuthtal (Takáts 2007). Az agrárius mozgalom 1905-ben Országos Széchenyi Szövetség néven alapított egyesületet, amelytől az agrárviszonyok tudományos megismerését, valamint a falvak népének fölvilágosítását várták (Bartha 2013).

(1892, 1896, 1900, 1904, 1908) szóló cikkeket. Választásomat az indokolja, hogy arra voltam kíváncsi, miként jelent meg az amerikai politikai élet a Köztelek hasábjain, és a politikai verseny leginkább az elnökválasztások idején éleződött ki – ahogyan lényegében a mai napig ez a helyzet. Egyedül az Amerikát megrázó válság évével (1893) tettem kivételt, mert a válságok idején a politikai harcok kiéleződése várható, és feltételeztem, hogy az amerikai lakosságon belül a farmereket kiemelten sújtó krízis, amelyben a lakosság hat százaléka vált munkanélkülivé, és amelynek hatására seregbe szerveződve éhségmenetek indultak Washingtonba, hatást gyakorolt a Köztelek tudósításaira.

Emellett kíváncsi voltam arra is, hogy az amerikai populista mozgalom pártszerveződése, a People's Party (Néppárt), amely agrárius programját tekintve megfeleltethető a magyar agrárius mozgalomnak, miként reprezentálódott a lap hasábjain. Mennyire tekintették az agráriusok a Néppártot az észak-amerikai kétpártrendszer lehetséges kihívójának? Tézisem szerint az 1891 és 1908 között létező amerikai populista mozgalom jogosan válthatta ki a magyar agrárius, újkonzervatív szerzők érdeklődését. Bár az amerikai populizmus megfogalmazott számos olyan kezdeményezést, amelyet a korabeli amerikai kontextusban tekinthetünk baloldalinak (például a távíró-, a telefon- és a vasúttársaságok állami felügyelete, az árpolitikába való beavatkozás, a trösztellenesség), az agráriusokhoz hasonló reformkonzervatív irányzatok is szimpatizáltak a kapitalizmus szabályozásával (Saloutos & Hicks 1951, Saloutos 1960, Gyurác 2019, Paár 2020).

## 1.1. A mozgalom nemzetközi háttere

A dualizmus kormánypártjait (a Deák-pártot, majd a Szabadelvű Pártot) érintő konzervatív kritika az 1870-es évektől mindinkább elmozdult a társadalom- és a gazdaságpolitikai kérdések felé. Sokan féltek attól, hogy a nemesi eredetű középbirtok után a kisparaszti birtok is kicsúszik a tulajdonosok lába alól, ha a kormányzat nem nyújt támogatást a gazdáknak. Mások összekötötték a gazdasági kérdéseket egy általános, a liberalizmust hibáztató kultúrkritikai attitűddel, mondván, hogy a nagyváros és a nagyipar „kevésbé nemzeti”, mint a „törzsökös” agrártársadalom (Tókéczki 1994, Szabó 2003). Az Apponyi Albert, Károlyi Sándor és Darányi Ignác nevével fémjelzett magyar agráriusok nem álltak egyedül e nézetekkel, mert a világ sok országában alakultak újkonzervatív karakterű agrárius mozgalmak. Poroszországtól az Egyesült Államokig közös, hogy az agrárius gondolkodók kritizálták a szabályozatlan (vagy nem eléggé szabályozott) kapitalizmust, amelyben a nyers önérdék érvényesítését, a kíméletlen „aki kapja, marja” individualizmus győzelmét látták.

Az agrárius szerveződés Európában és Észak-Amerikában átlagosan két szakaszra tagolódott, bár országonként nem mindenütt került sor a második fázis bekövetkeztére. Az első *az egyesületek kora* névvel illelhetjük. Ekkor olyan egyesületek szerveződtek, amelyek a törvényhozók befolyásolása (lobbitevékenysége) révén, illetve a propaganda és a népnevelés útján kívánták elérni az agrárlakosságnak megfelelő törvények meghozatalát. Ilyen lobbiszervezet volt Németországban a Bund der Landwirte (alakult 1893-ban) és a Landwirtschaftliche Vereine (1895), amelyek Európa-szerte a legtekintélyesebb agrárius szervezeteknek számítottak, de emellett az egyes német államokban – miként Svájcban és Ausztriában is – parasztegyletek sokasága működött. A magyar OMGE és az észak-amerikai Farm Bureau Federation szintén lobbiszervezetként tevékenykedett; az utóbbi a mai napig főnáll (Szabó 2003, Németh 2005, Burai et al. 2014). Az Egyesült Államokban az 1860–80-as években alakult farmerszövetségek (Green Wheel, Grange, National Farmer Alliance) képviselték a mezőgazdasági népesség érdekeit, radikálisabb arculattal, nyitottabban a baloldal és a munkásmozgalom felé, mint a Bund der Landwirte vagy az OMGE (Saloutos-Hicks 1951, Saloutos 1960, Gyurác 2019).

Az agrárius szerveződés második szakaszát a *pártok megalakulása* jelentette, legalábbis néhány országban, például az Egyesült Államokban és Nagy-Britanniában. A századvégi magyar agrárius mozgalom nem követte a fenti országok útját: nem szerveződött párttá, és szimpatizánsai a döntéshozókat érintő lobbitevékenység, az intézményes hálózatépítés, valamint az oktatás-nevelés, az ismeretterjesztés, illetve a sajtómunka révén törekedtek a közélet befolyásolására.

## 1.2. A Köztelek

Az OMGE tudatosan törekedett arra, hogy igényes olvasnivalóval lássa el a kisbirtokosokat. Ebből a célból 1891-ben egy új folyóirat született meg, a Köztelek. Neves agrárszakemberek írtak a lapba, mint Baross Károly, Rubinek Gyula, Liebermann Leó, Kvassay Jenő és Buday Barna. A lap első szerkesztői Baross Károly, Forster Géza és Rubinek Gyula voltak, az utolsó – akinek szerkesztőként mindössze egy év adatott – pedig Dörschug Tibor (Turányi 1958, Tőkéczi 1997). A szerkesztőség többször kicserélődött, csak az 1891 és 1908 közötti időszakban három nagy személyi váltás történt a lap élén. A példányszám gyorsan emelkedett: 1891 és 1910 között a heti kétszer megjelenő 1200 példányról 8000 példányra (Tőkéczi 1997).

Miért vált ilyen olvasottá a lap? A népszerűség oka abban található meg, hogy a Köztelek igyekezett minél színesebb tartalmat közölni. Ellentétben az agrárius mozgalom egyéb lapjaival, amelyek nevükben szűkítették a tematikát (Gazdatársadalmi Mozgalmak, Gazdatisztek Lapja, Nemzetközi Mezőgazdasági Intézet, Tejgazdaság), a Köztelek egyforma súllyal és terjedelemben foglalkozott gazdasági, társadalmi, agrártudományi és szakoktatási kérdésekkel (Turányi 1958). A szerkesztőgárda nagyjából egységesnek tekintette a gazdatársadalmat, figyelmen kívül hagyva az agrárnépesség tagoltságát. Ebből következően igyekeztek mindenki számára olyan tartalmat nyújtani, amely megfelelt az érintettek érdeklődésének – a birtokát modernizálni kívánó főúrtól az agrárszakembereken keresztül, a kivándorlás és az egyke okain búslakodó városi és falusi intelligencián át az aratógép használatával ismerkedő nagygazdáig.

A Köztelek bátran számolt be a társadalmi kérdésekről, így a folyóiratban olvashatunk az 1890-es évek aratósztrájkjairól is. S bár a szerkesztők OMGE-tagok lévén következetesen elutasították a nagybirtokosok számára hátrányos földosztást, támogatták a parasztság szövetkezését, valamint a nép műveltségének növelését, a népoktatás fejlesztését. A népszerűség oka lehetett még az is, hogy a nemzetiségi és a felekezeti elfogultság nem férhetett a lap profiljához. A szerkesztőség tudatosan távol tartotta magát a közjogi kérdésekbe, a '67-es–48-as ellentétbe való bonyolódástól. A gazdasági, társadalompolitikai kérdéseket merőlegesnek tekintették ezekre a zajos, konfliktusos ellentétekre (Tőkéczi 1997). Az ismeretterjesztő tevékenységet jelzi a Köztelek szótára, amelyet Buday Barna állított össze, hogy rászoktassa a gazdákat a magyaros kifejezésekre. Minden tanult gazdának tudnia kellett arról, hogy a levelet *keltezik*, és nem *datálják*, mert az *illik* (és nem *konveniál*) egy magyar kisbirtokoshoz. Továbbá nem ártott tisztában lenni azzal, hogy az áremelkedés (és nem *hausse*) *nyereséges*, és nem *lukratív* (Buday 1917). Mindemellett a lap egyik nagy erénye volt a nagyvilágból való sokoldalú tájékoztatás. Ebből a szempontból is érdemes számba venni a Köztelek erőseit. A következő fejezetben ezt mutatom be.

## 2. A külföldi tudósítások

Az 1892 és 1908 közötti időszakban a Köztelek tudósítói figyelemmel követték a külföldi eseményeket. Beszámoltak a külföldi agrárpártok lobbizási tevékenységéről, a mezőgazdasággal kapcsolatos újdonságokról, a találmányokról, a gépekről, valamint a szövetkezeti mozgalom kongresszusairól. Provincializmussal nem vádolhatjuk a lap szerkesztőségét: Argentínától Poroszorszáig tudósított a gazdaságot, a vámpolitikát és a tőzsdét érintő politikai, gazdasági és szociálpolitikai kérdésekről.

Felmerül a kérdés: a Köztelek mely régiókra, országokra fókuszált? Figyelemre méltó, hogy a folyóirat szerkesztői érdeklődtek azon országok iránt, amelyek a világgazdaság periferiáján helyezkedtek el. Feltehetően a tudósítók és a lap szerkesztői fölfedeztek bizonyos közös vonásokat és párhuzamokat a magyar gazdaság évszázados fejlődése, valamint az Osztrák-Magyar Monarchián, illetve a világgazdaságon belüli pozíciója és az érintett országok helyzete között.

A szerkesztőség nagy hangsúlyt fektetett azokra az országokra, amelyek tipikusan népességkibocsátó országok (Skandinávia, Írország, Németország). E kérdéssel kapcsolatban az érdekelte a lap munkatársait, hogyan lehet megakadályozni azt, hogy magyar állampolgárok nagy tömegei tengerre szálljanak, búcsút intve a hazának. Ahogyan egy ismeretlen szerző cikke fölthette a kérdést: miért vándorol ki Magyarország népe „Amerikába, Romániába, Bulgáriába, elsősorban Ausztriába”? A válasz: „Mert nem volt közigazdasági nemzeti politikánk...

Az ember a legfőbb vagyon!” A következtetés: a kivándorlás hatósági akadályozása kárba veszett mindaddig, amíg az állam nem biztosít méltányos megélhetést a parasztnak.<sup>2</sup>

Rendszeres a külföldi példák fölhasználása a népnevelés céljára. Egy tipikus példa a „Tejhigena [ti. tejhigiénia] Svédországban” című cikk, amely részletesen beszámol a tej minőségét a skandináv országban szabályozó törvényekről és állategészségügyi rendszerről. Az agrárius mozgalom próbálta nevelni a gazdákat, fölismertette velük a piaci rést jelentő új ágazatok, például a tejtermelés jelentőségét, ezért a cikk szándékosan méltatóan indult:

Talán sehol sem becsülik annyira a tejet s nem bálnak vele ősidőktől fogva annyi gondal, mint Svédországban, mely gyér népessége mellett sok tekintetben első helyet foglal el a kulturállamok [ti. kultúrállamok] sorában.<sup>3</sup>

Bár újkonzervatív lapként a Köztelek távol állt mindenfajta szocialista nézettől, a külföldi hírek tárgyalásában a szociális érzékenység hangsúlyos volt. Így a lap szimpátiával kezelte az írországi agrármegmozdulásokat, és majdnem szociografikus igénnyel számolt be a bérlők nyomoráról, kitérve egyébként az amerikai kivándorlásra is. A Köztelek fölhívta a figyelmet: a nyárspolgárok által óhajtott „kemény kéz” politikája, vagyis a rendőri erőszak nem megoldás sehol, miként nem az Írországból sem, ellentétben a reformer politikával és az aktív szociálpolitikai eszközökkel. Példának tekintette, hogy az angol kormány a „dohánytermesztés”, tehát egy új ágazat fölkarolása, valamint „a mezőgazdasági szövetkezetek támogatása, az oktatásügy fejlesztése és a munkásbiztosítás révén kívánja orvosolni az okokat”.<sup>4</sup>

Az erőszakos eszközök elégtelenségének hangsúlyozása azért figyelemre méltó, mert a magyarországi alföldi aratósztrájkok az 1890-es években az ír bérlők harca, az úgynevezett földháború (1879–1920) középső szakaszára estek. Általában véve a 19. század utolsó és a 20. század első évtizede a nagy agrármegmozdulások időszaka a világban, az ír földháborútól az andalúz és a szicíliai lázongásokon át, a magyarországi aratósztrájkokon keresztül az 1905-ös orosz forradalomig és az 1907-es romániai parasztfelkelésig, sőt az 1910-es mexikói forradalomig (Gunst 1998, Paár 2020). Az agrárius újkonzervatívoktól természetesen távol állt a forradalom kívánsága, de fölismerték a külföldi példák, hogy az állami erőszak kevés, helyette preventív módon, érdemben, kormányzati beavatkozással kell segíteni az agrárnépesség helyzetén (például szövetkezetek alapításával, ingyenes népoktatással, állami munkaalkalmak megvalósításával, munkásbiztosítással) (Tókéczki 1997).

## 2.1. Egy amerikai tudósító a Köztelekből: Paikert Alajos

A Köztelek nem tudott mindenhova tudósítókat küldeni, de törekedett arra, hogy legalább a gazdasági és a világhatalmi szempontból jelentős országokban jelen legyen fizetett munkatársakkal. Az észak-amerikai tudósítások többsége a budapesti jogi és magyaróvári mezőgazdász tanulmányokat végzett seprősi ifjabb Paikert Alajoshoz (1866–1948), az OMGE titkárához kötődik, aki kifejezetten az OMGE hivatalos képviselőjeként járt tanulmányúton az észak-amerikai kontinensen, és egyebek között látogatást tett az amerikai mezőgazdasági minisztériumban és az 1893-as chicagói vilákiállításon. Éppúgy rácsodálkozott az amerikai mezőgazdasági kísérleti intézetek munkájára, mint a mezőgazdasági minisztériumban a női alkalmazottak nagy számára – mindkettő megnyerte a magyar gentleman tetszését (Paikert 1900a: 1840). 1900 és 1903 között folyamatosan az Egyesült Államokban élt és dolgozott, mint a magyar kormány gazdasági szaktudósítója (Szotyori-Nagy 2015).

A később a turanizmus eszméjét is propagáló gazdasági szakíró, aki egyebek mellett Turán című folyóiratában, majd több művében (*A turáni eszme, Turáni múlt, turáni jövő*) népszerűsítette a turáni gondolatot, lelkes szervezője volt az agrárius mozgalomnak. Az OMGE-ben viselt tisztsége mellett Tagányi Károly történésszel

2 Ismeretlen szerző: Az amerikai bevándorlások. *Köztelek*, 1893. VII. 1. 8. o.

3 Ismeretlen szerző: Tejhigena Svédországban. *Köztelek*, 1908. VII. 2. 1434. o.

4 Ismeretlen szerző: Agrárzavargások Írországból. *Köztelek*, 1908. IX. 9. 1924. o.

együtt szerkesztette a Gazdaságtörténelmi Szemlét, Darányi Ignác földművelésügyi miniszter megbízásából megszervezte a budapesti nemzetközi gazdakongresszust, és részt vett a Mezőgazdasági Múzeum alapításában, amelynek igazgatója volt (1923–1930). Paikert később is aktív szerepet játszott: amellett, hogy tagja volt számos társadalmi szervezetnek, megszervezte a barcelonai világkiállítás magyar mezőgazdasági munkacsoportját, valamint I. Fuad egyiptomi király kérésére részt vett 1929-ben a kairói mezőgazdasági múzeum megalapításában, és 1932-ig, nyugállományba vonulásáig vezette az intézményt. Az 1940-es években már nem játszott szerepet a közéletben, visszavonultan élt (Szotyori-Nagy 2015, Ablonczy 2016).

## 2.3. Tudósítások Amerikából

### 2.3.1. Gazdasági, mezőgazdasági vonatkozások

A folyóirat szívesen számolt be olyan külföldi törekvésekről, amelyek a gazdasági élet szabályozását célozták (például a tőzsde és a hitelezés fölötti kormányzati ellenőrzés, az uzsora elleni küzdelem), és a gazdaság terén a kormányzati intézkedésekről szóló beszámolók fölfoghatók a szabályozatlan magyar kapitalizmus kritikájaként. Az agráriusok ugyanis azzal vádolták a magyar kormányokat, hogy életidegen liberális, pontosabban szabadpiaci dogmákat követnek, amelyeken az idő túlhaladott (Szabó 2003). Olyan példákat választottak külföldről, amelyek alátámasztották elméletüket arról, hogy a világ egy szabályozott és – különösen az agrárnépesség irányában – szociálisan érzékeny kapitalizmus irányába tart.

Paikert Alajos számos tudósítást közölt a tengerentúlról, így beszámolt arról, hogy az amerikai szövetségi kormányzat meg akarja reformálni a New York-i tőzsdét.<sup>5</sup> A spekuláció negatív felhangot kap Paikert cikkében, miként általában az agrárius sajtóban. Tudósításában „a tőzsde lovagjairól” ír, amely metafora rímelt a korabeli amerikai szóhasználatra. Az amerikai milliomosok leghatalmasabb rétegét nevezték rablóbaróknak a korban, és persze e réteg alatt kisebb stílusú milliomosjelöltek, „rablólovagok” tömege kavargott. Az agrárius újkonzervatívok részéről a „rablóbarókat” érintő kritika érthető volt, kétszeresen is: egyrészt azért, mert ezek a nagytőkések reprezentálták az ipari, a vasút- és a banktőkét, és nem volt érdekük az agrárlakosság érdekeit, életkörülményeit javító törvénykezés, másrészt azért, mert az agráriusok azonosították az amerikai milliomos réteget a kíméletlen gazdasági versennyel, a profit mindenáron való hajhászásával, és a Kongresszusban a szociális törvénykezés elgáncsolásával. Egyszerre vetették a milliomos réteg szemére azt, hogy iparpártolók (ti. hasonlóan a magyarországi merkantil érdekekhez), és azt, hogy szociálisan érzéketlenek.

Általában véve is igaz, hogy az agráriusok szívesen folyamodtak ahhoz, hogy kritizálják az amerikai gazdasági állapotokat. A *Köztelek* 1892. január 1-jei száma beszámolt az amerikai állategészségügyi rendszer működéséről. Az, hogy a korabeli virágzó mezőgazdaság hazájában sem működött minden hivatal kifogástalanul, azt jelezte, hogy a Washington állambeli vásáron találtak két lépfenes juhot, noha rajtuk volt a hivatalos állategészségügyi bizonyítvány. A cikk szerzője elgondolkodtatónak tartja a vizsgálat eredményét, tekintettel arra, hogy az amerikai húsvizsgálatról szóló törvény garantálja a hús minőségét, és az európai országok ezért fölfüggesztették a behozatali tilalmat az Egyesült Államokból.<sup>6</sup>

Ugyanakkor a lap nemcsak elrettentő, hanem követendő példaként is hivatkozik az Egyesült Államokra. Az 1893. augusztus 2-ai cikk szerzője, Gömör Lajos fölpanaszolja, hogy míg

...az Egyesült Államok hatalmas folyamon majdnem ingyen vontatja tengerre a farmerek terményeit ... nálunk a Duna, hazánk hatalmas folyója, mely egyik végétől a másikig szeli át az országot, közvetíti a forgalmat nyugat és kelet között, és mégis alig számba vehető a szolgálat, amelyet Magyarország közgazdaságának tesz.

5 Paikert Alajos: A New York-i tőzsde reformja. *Köztelek*, 1908. IX. 9. 1924. o.

6 Ismeretlen szerző: Beszámoló a chicagói hízóállat kiállításról. *Köztelek*, 1892. I. 1. 6. o.

Gömöry szükségesnek tartotta csatornahálózat kialakítását Magyarországon, hogy az ország kihasználhassa a Duna közlekedési és kereskedelmi adottságait.<sup>7</sup> Hozzátehetjük: Gömöry akkor írta ezt, amikor éhségmenetek indultak Washingtonba, és a farmerek lázadása (az úgynevezett „zöld lázadás”) a Nagy-síkságon földézte egy forradalom rémképét (Degler 1993). Gömöry azonban egy magas fejlettségű, idealizált Amerika-képből indult ki, azt közvetítette a magyar közvéleménynek, és nem szólt a politikai lázadásról.

### 2.3.2. A farmer ábrázolása

Vajon a Köztelek hogyan ábrázolta az amerikai társadalmat? A folyóirat annyiban foglalkozott az amerikai társadalmi rendszerrel, amennyiben az összefüggött a lap agrárius arculatával. Az agrárnépszerűség, valamint az agráriumhoz kötődő foglalkozási ágak kaptak kiemelt helyet a lap hasábjain: a farmerek, valamint a mezőgazdasággal kapcsolatos szolgáltató ágazatok – a terménykereskedelem, az agrárügyi igazgatás – dolgozói. A munkásságról és a polgárságról nem tettek lényeges említést.

A városi lakosság aránya 1850 és 1900 között 15 százalékról 45 százalékra nőtt. Ennek politikatörténeti jele, hogy 1896-ban gyakorlatilag a városok lakossága akadályozta meg a földműves népszerűség, a nyugati és déli populisták jelöltje, Bryan diadalmas menetelését a Fehér Ház felé. Richard Hofstadter szavaival élve, „az Egyesült Államok falun született”, de a népesség fokozatosan beköltözött a városokba. (Hofstadter 1962: 9). A bevándorlás és az urbanizáció révén a társadalom szerkezete is átalakult. A középrétegek aránya növekedett, egyes becslések szerint a társadalom 33 százalékról 63 százalékra (Zala 1975).

Bármilyen átalakuláson esett át az ország gazdasági és demográfiai tekintetben, a külvilág számára az Egyesült Államok mezőgazdasági ország volt. A tengerentúli magyar agrárius utazók – Széchenyi Imre, Andrásy Géza, Paikert, Gömöry – számára a farmer jelképezte az amerikai archetípust. Akár szociografikus leírásnak is beillő a Paikert által írt tárcasorozat az amerikai farmerről. Paikert dicsérte az amerikai farmer szorgalmát, munkakedvét, vállalkozó szellemét. Mint írta, bejárt vagy ötven farmot az országban, és a farmerhez hasonló „őszinte és közvetlen embereket nem igen [nemigen] lehet találni” (Paikert 1900b: 1860). Paikert leírta a lakásvizonyokat, a tipikus farmer házát és környezetét. Szól néhány szót olyan banális jelenségekről, mint az, hogy a csalamádét másként vetik itt, mint Magyarországon, de a legfontosabb megállapítása az – részben az otthoniak felé szúrt kritikaként –, hogy a gazdák nem bízzák csak a szerencsére a gazdasági viszonyokat, hanem „nagy figyelemmel kísérik mindig a terményárakat” (Paikert 1900b: 1862). Paikert kiemeli a különböző egyesületek fontosságát, amelyek segítik a farmereket szaktudással, tanáccsal.

Tekintettel a nők korabeli közéletben elfoglalt szerepére, érdemes kiemelni, hogy Paikert dicsérő hangon szólt arról, hogy az amerikai földművelésügyi minisztérium alkalmazottainak harmada nő – és ez a tény láthatóan elnyerte a Köztelek tudósítójának tetszését (Paikert 1900a: 1840). Mindez nem véletlen, hiszen a nők számára áttörést jelentett az amerikai polgárháború (1861–1865), amikor – kicsiben a későbbi I. világháborúhoz hasonlóan – a nők helyettesítették a frontra vonuló férfiakat, mind Északon, mind Délen, és tömegesen jelentek meg az ápolónők mellett a női tanárok és tisztviselők (Degler 1993). Egy nyugati állam, Wyoming volt az első hely a Földön, ahol a nők megkapták a választójogot, 1869-ben, majd ezt követte 1870-ben Utah állam. A Néppárt és a farmerpopulista mozgalom fölkarolta a női választójogot, ami nem véletlen, mert nők tömege tevékenykedett a mozgalomban (Paár 2020).

### 2.3.4. Politikai tudósítás

A szó tulajdonképpen értelmében politikai eseménynek a Köztelek 1892 és 1908 közötti számaiban az 1896-os választás tekinthető. 1896-ban a Demokrata Párt reformer szárnyának jelöltje, William Jennings Bryan lépett föl elnökjelöltként, és a populisták fősorakoztak a jelölt mögé. Az agrárius szerzők érezhetően rokonszenveztek

<sup>7</sup> Gömöry Lajos: A dunai hajózás. *Köztelek*, 1893. VIII. 2. 150. o.

a demokrata párti jelölttel, és éles kritikával illették William McKinley republikánus jelöltet, akit a populista és demokrata párti sajtó a nagytőke emberének tartott.<sup>8</sup>

A Köztelek fölütése meglehetősen erős:

McKinley megválasztásának az Egyesült Államok közgazdasági viszonyaira és az általános helyzetre nézve legsúlyosabb következménye, hogy az ő győzelme a szósoros [ti. a szó szoros] értelmében a kizsákmányolás politikájának győzelmét jelenti.<sup>9</sup>

A cikk nem szűkölködik a McKinley kormány elítélésében: mint írja: „...az egész világ négy éven keresztül élvezheti a színjátékot, hogy 65 millió népességet miként szipolyoz ki és használ ki a maga céljára néhány száz milliomos kartellista.”<sup>10</sup>

A hangnem és a megfogalmazások akár egy korabeli szociáldemokrata lap, például a Népszava tudósítójától is származhatnak. Ez jól mutatja, hogy a korabeli baloldali és a jobboldali kapitalizmuskritika több ponton egybevágott. Az agrárius kritika tartalma azonban lényegesen különbözött a korabeli szociáldemokráciától. Az agráriusoknak az volt a fő bajuk a republikánus McKinley személyével, hogy őt az ipari és a banktőke emberének tartották, míg Bryanben látták az agrárlakosság érdekeinek képviselőjét. Feltehetően az agráriusok kicsit a magyar '67-es kormánypárt amerikai tükörképét látták a Republikánus Pártban, amely szintén hosszú évtizedeken át gyakorolta az országos hatalmat (igaz, ellentétben a magyar helyzettel, legalább demokrata párti elnök is hatalomra kerülhetett, mint Grover Cleveland 1885-ben és 1893-ban) (Hahner 2012).

Az iparfejlesztés támogatása az agrárérdekek rovására, az erős kormányzati jogkibővítés összehasonlíthatóvá tette – legalábbis az agrárius szerzők számára – a két pártot. Ráadásul mindkét országban jelen volt a sérelmi politika az ellenzékben: a polgárháborúban (1861–1865) vesztes egykori konföderációs államokban a Demokrata Párt nagy része makacsul Jenkiellenes volt, elvetve minden, mégoly jó szándékú reformot, amely segítette volna az afroamerikaiak és az úgynevezett „fehér szegények” életkörülményeit. Magyarországon a függetlenségi ellenzék játszott a sérelmi politika húrjain (Szabó 2003). Ahogyan a nyugati demokraták és a déli demokraták többségének ellentéte átmetszette a Demokrata Pártot, úgy a liberálisok és a konzervatívok konfliktusa – az 1890-es egyházpolitikai vitákhoz kapcsolódóan – keresztbe szelte a Függetlenségi Pártot, amely a kormánypárttal szembeni sérelmi politika fő ereje volt (Szabó 2003). A nyugati demokraták és populisták, kiegészülve néhány déli populistával, együttesen képviselték valamennyi farmer és munkás jogait, borszínre és vallásra való tekintet nélkül, ám hiába álltak Bryan mögé, ez négymillió szavazatot jelentett, és innentől kezdve a populizmus hatyúdala kezdődött el (Gyurác 2017).

Bár az amerikai Néppárt és a populista mozgalom ekkoriban úgy jelent meg az amerikai politikai életben, mint ami artikulálja a farmerek és a munkások érdekeit, furcsa módon a Köztelek tudósítói nem írtak a néppártiakról. Ez annál is érdekesebb, mert ekkoriban a populista mozgalmat már említették a magyar sajtóban, így a Pesti Naplóban (ahonnan első említésük származik, 1895-ből), a Népszavában és a Fővárosi Lapokban (Gyurác 2019). De a nyílt említés nélkül is egyértelmű, hogy az agrárius tudósítók szimpatizálnak azokkal a törekvésekkel, amelyek a farmerek egyenjogúsítására, a farmélet megőrzésére és védelmére irányulnak.

A hiány lehetséges oka az, hogy az agráriusok túlzottan baloldalinak tartották a populista mozgalmat (a Fővárosi Lapok cikkírója „amerikai anarchistaként” hivatkozott rájuk) (Gyurác 2019). Ha így volt, akkor az agrárius tudósítók logikusan cselekedtek, mert – miközben kiálltak a szociálpolitikai reformokért – elutasították a szocializmus eszmerendszerét. A populisták egyik szárnyát a Munka Lovagjainak Nemes Rendje nevű munkásszervezet adta, ezért az agráriusok vélhetően azonosították a populizmust ezzel a szervezettel (Degler 1993). A Köztelek tudósítói nem ismerték az ekkoriban izmosodó amerikai munkásmozgalmat, azok szervezeteit sem – legalábbis erre utal a munkásmozgalom említésének feltűnő hiánya a lap hasábjain.

<sup>8</sup> Az amerikai elnökválasztás következményei. *Köztelek*, 1896. XI. 14. 1650–1651. o.

<sup>9</sup> Uo. 1650. o.

<sup>10</sup> Uo. 1651. o.



### 3. Következtetések

Várakozással ellentétben a Köztelek tudósítói kevés figyelmet fordítottak az amerikai politikára az elnökválasztás éveiben. Ez első pillantásra meglepőnek tűnhet, hiszen hozzászoktunk, hogy a média elsősorban akkor figyel az USA-ra, amikor az ország elnököt választ – ez így van ma, és így volt mindig. Az 1891 és 1908 közötti öt elnökválasztó évből (1892, 1896, 1900, 1904, 1908) az agrárius tudósítók csak 1896-ban számoltak be a pártpolitikai eseményekről.

A Köztelek tudósítói többet foglalkoztak a gazdaság- és a társadalmpolitikai kérdésekkel, valamint az amerikai gazdasági rendszer, különösen a mezőgazdaság, az állategészségügy és a közlekedés állapotával, mint a tulajdonképpeni politikával. Az 1892 és 1908 közötti időszakban mindössze egyetlen cikket lehet tárgya alapján politikainak tekinteni – ez az 1896-os elnökválasztás következményeiről szólt. Ha nem is szóltak a populistákról, azért egyértelmű, hogy elutasították a Republikánus Párt iparpártoló és a szövetségi hatalmat kiterjesztő politikáját, és McKinley-t a farmermozgalmak ellenfelének tekintették.

Mint látható, a lap kifejezetten kritikus volt az amerikai rendszer több olyan jelenségével szemben, mint például a trösztök és a kartellek dominanciája az amerikai gazdaságban, a nem mindig makulátlan termék-minőség-biztosítás és általában a nagytőke befolyása a politikai életben. Ugyanakkor az agráriusok több tekintetben példaként állították az Egyesült Államokat honfitársaik elé: dicsérték az amerikai farmer életrevalóságát, munkakedvét, szorgalmát, valamint magasztalták a farmereket segítő egyesületi élet magas színvonalát, a mezőgazdasággal kapcsolatos hivatalok szervezettségét, a mezőgazdasági kísérleti állomásokat, a közlekedési rendszer fejlettségét, továbbá a farmerek és – érdekes módon – a közigazgatásban dolgozó nők öntudatát.

Az is árulkodó, miről nem tudósított a Köztelek Amerika-híreiben. A társadalmi rétegek feltűnően aránytalanul reprezentálódtak a folyóiratban. Noha a városi lakosság egyre növekedett, az amerikai nagyipari munkásság egyáltalán nem jelenik meg a Köztelekben. Az agrárius tudósítók nem írtak az amerikai éhségmenetekről sem. Figyelmen kívül hagyták a nyomornegyedek létét, valamint a bevándorlók tömegeinek rettenetes életkörülményeit is.<sup>11</sup> Ezt persze érthetővé teszi, hogy a bevándorlás hulláma a *frontier* (határvidék) 1890-es lezárulásával már nem az agrárnépesség, hanem az ipari és a bányamunkásság sorait bővítette, ugyanakkor az agráriusok kevésbé érdeklődtek e foglalkozási csoportok iránt, ráadásul sokan az agráriusok közül ellenséget láttak a munkásmozgalomban. Összességében véve: a feltehetően általuk – magyar szemmel – kissé idealizált mezőgazdasági, falusi-kisvárosi arculatú Amerikát keresték ott, ahol már egy új, gyorsan növekvő nagyvárosi lakosságra alapozódó, szédületes iramban gyarapodó ipari és katonai hatalom emelkedett föl az 1898-as spanyol-amerikai háborút követően.

Az Egyesült Államok minden erényével és hibájával együtt azt az ideáltipikus demokráciát testesítette meg az agráriusok számára, amely felé a történelem haladt, és amelynek erényeit kihasználni, hibáit – óvatosan, konzervatív kritikával – mérsékelni kell.

### Felhasznált irodalom

Ablonczy Balázs (2016): *Keletre magyar!* Budapest: Jaffa Kiadó.

Andrássy Géza (1883): *Az otthont mentesítő törvények.* Budapest: Légrády Testvérek.

Anka László, szerk. (2016): *Apponyi Albert válogatott levelei.* Budapest: Veritas Történetkutató Intézet & Magyar Napló.

<sup>11</sup> Arra, hogy nem minden bevándorló találta meg számítását az Újvilágban, bizonyíték egy szlovák bányász levele Minnesotából: „Ez nem a szabadság földje, ahogy az óvilág lapjai meg az amerikai alkotmány állítja, ez a nagy hazugságok és a nagytőke országa. Szlovák munkások ezreit vetették rabszolgasorba Minnesota bányáiban, s minden módon és határtalanul kizárják őket” (in Zala 1975: 149).

- Bartha Ákos (2013): *Falukutatás és társadalmi önismeret. A Sárospataki Református Kollégium faluszemináriumának (1931–1951) történeti kontextusai*. Sárospatak: Tiszáninneni Református Egyházkerület Hernád Kiadó, <https://doi.org/10.17649/TET.27.1.2089>
- Borbándi Gyula (1983): *A magyar népi mozgalom*. Budapest: Püski.
- Buday Barna (1917): *A „Köztelek” szótára*. Budapest: OMGE.
- Burai Petra, Hajdu Nóra, Juhász Gábor & Simon Zoltán (2014): *A lobbijelenség*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Degler, Carl N. (1993): *Az élő múlt. Milyen erők formálták Amerika mai képét?* Budapest: Európa Kiadó.
- Hahner Péter (2012): *Az USA elnökei*. Budapest: Animus Kiadó.
- Hofstadter, Richard (1962): *The Age of Reform. From Bryan to F. D. R.* London: Jonathan Cape.
- Gunst Péter (1998): *A magyar társadalom a jobbágyág felszabadításától napjainkig*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Gyurácz Ferenc (2017): Igazi populisták (A XIX. század végi amerikai farmermozgalom). In: Uő. (szerk.): *Tanulmányok*, 53–74. o. Szombathely: Magyar Nyugat Könyvkiadó.
- Gyurácz Ferenc (2019): Korai populizmus-ementések Magyarországon. *Kommentár*, 1. sz. 21–26. o.
- Gyurgyák János (2007): *Ezzé lett magyar hazátok*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Károlyi Sándor gróf elnöki megnyitója a szövetkezetek nemzetközi kongresszusán. 1904. szeptember 6. Budapest.
- Németh István (2005): Németország 1789–1914. In: Vadász Sándor (szerk.): *19. századi egyetemes történelem 1789–1914*, 204–309. o. Budapest: Osiris Kiadó.
- Paikert Alajos (1895): Gróf Széchenyi István és az Országos Magyar Gazdasági Egyesület. *Gazdaságtörténeti Szemle*, 346–347. o.
- Paikert Alajos (1900a): Amerikai levél. *Köztelek*, 1900. XII. 12. 1840. o.
- Paikert Alajos (1900b): Amerikai levél. *Köztelek*, 1900. XII. 12. 1860–1862. o.
- Saloutos, Theodore (1960): *Farmer movements in the South, 1865–1933*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.
- Saloutos, Theodore & John D. Hicks (1951): *Twentieth-century Populism: Agricultural Discontent in the Middle West 1900–1939*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Seyfried Károly (1911): *A gazda mint üzletember*. Budapest: OMGE.
- Szabó Miklós (2003): *Az újkonzervativizmus és a jobboldali radikalizmus története (1867–1918)*. Budapest: Új Mandátum Kiadó.
- Széchenyi Imre (1883): *Amerikai levelek*. Budapest: Wilckers és Waidl.
- Szotyori-Nagy Ágnes (2015): Egy naiv lélek a fáraók országában. Ifjabb Paikert Alajos három önéletrajzi írásának forráselemzése. In: Uő. (szerk.): *A Magyar Mezőgazdasági Múzeum közleményei 2013–2015*, 213–246. o. Budapest: Mezőgazdasági Múzeum
- Takáts József (2007): *Modern magyar politikai eszmetörténet*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Tőkéczi László (1994): Liberális konzervativizmus Magyarországon. In: Tőkéczi László (szerk.): *Magyar konzervativizmus. Hagyomány és jelenkor*, 509–535 o. Budapest: Batthyány Lajos Alapítvány.
- Tőkéczi László: Köztelek (1896–1918). Egy agrárius hetilap a múltból. *Valóság*, 1. sz. 92–103. o.
- Turányi Kornél, összeáll. (1958): *Mezőgazdasági szakfolyóirataink bibliográfiája 1. 1799–1899*. Budapest: Az Agrártudományi Egyetem Központi Könyvtárának kiadványai. IV. sorozat. A kutatás és tájékoztatás segédkönyvei. 3.
- Ungváry Krisztián (2016): *A Horthy-rendszer és antiszemitizmusának mérlege. Diszkrimináció és társadalompolitika, 1919–1944*. Budapest: Jelenkor Kiadó.
- Vári András (2007): Német és magyar agráriusok, 1849–1909. *Korall*, 8. sz. 88–108. o.

Wilmi, Jorma Wilmi (2018): From Slash-and-Burn Harvest to Common Row Water Source: Cooperatives as a Resource in Finnish Countryside from the Beginning of the Twentieth Century to the Present Time. In: Zsuzsanna Varga & Anssi Halmesvirta (eds.): *Agriculture and Rural Life in Finland and Hungary*, pp. 79–96. Sarka: Suomen maatalousmuseo Sarka.

Vári András (2007): Német és magyar agráriusok, 1849–1909. *Korall*, 8. sz. 88–108. o.

Zala Tamás (1975): *Az Újvilág próbatétele. Társadalomrajz a századforduló Amerikájáról*. Budapest: Kossuth Könyvkiadó. 402 o.

# Oltásnarratívák

## A Covid-vakcinákkal kapcsolatos lakossági attitűdök elemzése a közösségimédia-figyelés módszerével

**Kondorosy Csenge**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Endrődy Orsolya**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Simonovits Borbála**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Borsfay Krisztina**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Veszelszki Ágnes**

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Kutatásunkban közösségimédia-elemzést végzünk; a koronavírus-vakcinákkal kapcsolatos szóhasználat szám- és időbeli alakulását vizsgáljuk a vakcinák megjelenését követő tíz hónap során (2021. január 1-től november 1-ig) a SentiOne mesterségesintelligencia-alapú *social listening* szoftver segítségével. Az oltásellenes, az oltássemleges és az oltáspárti csoportokhoz köthető szavak említettségét a vakcinatípusokkal kapcsolatos online beszéd általánosabb kontextusában, valamint tematikus csoportokra (narratívákra) osztva vizsgáljuk, kvantitatív eszközökkel. A vakcinatípusok említettségéből kirajzolódó általános tendencia alapján az oltások megjelenését öt hónapig tartó intenzív online beszéd (magas említettség) követi, amely júniustól erősen csökken. Hasonló folyamat figyelhető meg az oltássemleges csoportok szóhasználatában is, viszont az oltásellenes és az oltáspárti csoportok szóhasználatát más dinamikát mutat: itt az online beszédet egyéb tényező alakítja. Ennek néhány lehetséges magyarázatát felvázoljuk, a mélyebb feltáráshoz azonban további, kvalitatív kutatások szükségesek.

**Kulcsszavak:** COVID19, közösségimédia-figyelés, közösségi nyelvhasználat, oltás, oltásellenesség, SentiOne

## Vaccine-narratives

### Analysing public attitudes towards Covid vaccines using social media listening

In our social media analysis, we investigate the changes in the quantity and temporal variation of the usage of words related to coronavirus vaccines during the ten months following the release of the vaccines (1 January–1 November 2021), using the artificial intelligence-based social listening software SentiOne. We investigate the mentions of words associated with anti-vaccine, vaccine-neutral and pro-vaccine groups in the broader context of online discourse on vaccine types, and by thematic groups (narratives), using quantitative tools. The general trend in the mentions of vaccine types reveals an intense online discourse (high mentions) for five months after the release of vaccines, which decreases sharply from June onwards. Similar dynamics can be observed in the use of language by vaccine-neutral groups. We outline some possible explanations for this, yet further qualitative research is needed to investigate the reasons in more detail.

**Key words:** anti-vaccine, community language use, COVID19, SeniOne, social media analysis, vaccination

## 1. Kontextus

A modern társadalmak 2020 tavaszán példátlan jelenséggel szembesültek: a határok hirtelen lezárásával, az alapvető szociális intézmények ideiglenes bezárásával és a polgárok szabad mozgásának korlátozásával. Magyarországon 2020. március közepétől május közepéig, majd 2020 őszén újra szigorú, kijárással kapcsolatos korlátozásokat vezettek be, hasonlóan sok más, a koronavírus-járvány által érintett országhoz.

Kutatási témánk szempontjából az ehhez kötődő legfontosabb társadalmi folyamatok a következő címszavakkal foglalhatók össze Kovács Éva és Takács Judit (2020) munkája alapján: az információs tér radikális átalakulása (az otthoni munkavégzés és oktatás mellett a megbízható hírforrások kiválasztásának nehézsége), az állam felügyeleti funkcióinak átalakulása, a térhasználat és a közlekedési formák (kényszerű és önkéntes) változásai, a társadalmi kapcsolatok iránti igény felerősödése, új szolidaritási mozgalmak megjelenése. E folyamatok nagyrészt a digitalizált társadalmi térben játszódtak.

Az első oltások megjelenésétől, 2020 őszétől élénk társadalmi és politikai vita bontakozott ki egyrészt az oltások hozzáférhetőségével, másrészt az egyes oltástípusok hatékonyságával és megbízhatóságával kapcsolatban. A közösségi média különböző felületein nagy indulatokat gerjesztett, ezáltal számtalan posztot generált az „oltáspártiak” és az „oltásellenesek” közötti nézeteltérés – az egyik oldalon főként a társadalmi felelősségvállalás és a szolidaritás, a másik oldalon pedig az oltások mellékhatásait, esetleges veszélyeit taglaló érvek álltak. A szélesebb társadalmi rétegek számára is elérhető oltások 2021 tavaszán érkeztek meg Magyarországra. Ebben az időszakban a társadalmi-közéleti és politikai vita fő témája az oltásbeszerzés, az Európai Unió oltáskészlete, illetve a különböző csoportok ütemezett hozzáférése volt.

## 2. Korábbi kutatások<sup>1</sup>

A koronavírus 2020 elején jelent meg Magyarországon, amire a magyar tudományos közeg is gyorsan reagált: 2020-ban jelent meg Illés Gábor István, Körösenyi András és Gyulai Attila cikke (2020), amely a járványt exogén, azaz külső sokként értelmezte. A pandémia alapjában forgatta fel az életünket, kihívás elé állítva nem pusztán az egyéneket, hanem a társadalmi csoportokat, az intézményeket, a döntéshozókat és a szakértőket is. Az Intersections tematikus száma ugyanezen alapvetésből kiindulva a koronavírusról egy nem szándékolt kísérletként értelmezi, amelyben egyrészt meglévő társadalmi törésvonalak mutatkoznak meg, másrészt újabbak jönnek létre (Ságvári et al. 2021). Ezek közé tartozik az oltottak és az oltatlanok közötti feszültség, amelyet a jelen kutatás is vizsgál. A járvány hosszú távú hatásairól egyelőre csak hipotéziseket fogalmazhatunk meg: Déri András és Szabó Andrea (2022) szerint a pandémia a normalitás határait olyan mértékben rendezte át, hogy annak hatására egy úgynevezett koronavírus-generáció alakulhatott ki.<sup>2</sup> Bár arra a kérdésre csak hosszabb idő elteltével kaphatunk majd választ, hogy valóban létrejött-e olyan külső feltételrendszer, amely ezt valódi közösséggé kovácsolja, a normalitás kereteinek átalakulása mindenképpen vizsgálatra érdemes.

A pandémia okozta bizonytalan helyzetben a társadalmi működés átrendeződésének főbb csomópontjait az állam, a tudomány és a kommunikáció szférái jelentik. Csörgő Zsuzsanna (2021) és Boda Zsolt (2021) érvelése szerint a vírushelyzet összetett kihívásrendszere kedvez a populista politikai berendezkedéseknek és működésmódoknak. A pandémiát egyes szerzők a nyilvános tudás (*public knowledge*) válságaként értelmezik, amelyben a szakértői tudásba vetett bizalom radikálisan csökken, teret engedve a paradox módon működő populizmusnak (Brubaker 2021). Kiegészítésül jelezzük: több kutató megállapította, hogy az eredetileg az Egyesült Államok helyzetét tematizáló cikk figyelmen kívül hagyja a különböző aktorok szerepét (Csörgő 2021: 32).

---

1 E kutatásunkban terjedelmi okokból és a hazai (magyar nyelvű) oltásemlítések fókuszja miatt a hazai szakirodalomra támaszkodunk.

2 A generáció kifejezést a szerzőpáros a mannheimi értelemben használja; itt a generáció (vagy nemzedék) alapja mindenekelőtt a meghatározó közös tapasztalat – egy háború, gazdasági válság vagy épp a koronavírus-járvány és az ehhez fűződő közös tapasztalati világ, amely különösen a formatív években lehet meghatározó (Mannheim 1928/2000).

Ezt a hiányt pótolják azok az írások, amelyek a kormányzat stratégiáit elemzik, döntően politológiai és nyelvi szempontból.

A kormányzati és egyéb információforrásokba vetett bizalom alapvetően befolyásolja az oltások elfogadottságát. Az oltási bizonytalansággal (*vaccine hesitancy*) foglalkozó szakirodalmat csak érintőlegesen tárgyaljuk. A hezitálás a döntés bizonytalanságából és kényszeréből fakad: az egyénnek össze kell vetnie a potenciális kockázatokat és előnyöket. Ezt nehezítette – a Magyarországon európai viszonylatban egyedülálló – szabad oltástípus-választás (Kutasi et al. 2022). Egy reprezentatív felmérés szerint a megbízható, illetve az online információforrások bírnak szignifikáns hatással, ehhez adódnak hozzá a szociodemográfiai változók, amelyek együttesen határozzák meg az oltási bizonytalanságot (Farkas et al. 2022):

Az új típusú betegség tudományos megismerése és az erről szóló (orvosi, szakmai) kommunikáció a hatékony megelőzés és kezelés érdekében közel egy időben zajlik: éppen ezért lehetséges, hogy a kutatók a legfrissebb eredmények függvényében új és új javaslatokkal állnak elő. ... A bizonytalan, szinte napról napra változó, nehezen kiszámítható helyzet összeesküvés-elméletek sorát hozta magával: egyesek úgynevezett plandémiáról, azaz megtervezett világjárványról is beszélnek, a fertőzés és annak következményei (a bezárkózás, annak társadalmi és gazdasági hatásai) mögött valamely nagyhatalom szándékos manipulációját sejt(et)ve (Veszelszki 2021: 16).

Bauer Zsófia és Koltai Júlia (2022) kutatásában – ugyancsak az összeesküvés-elméletekkel és áltudományossággal összefüggésben – a bizalmatlanság jelenik meg az oltásválasztásban is:

...a járvánnyal kapcsolatos tévhitek, valamint a magyar és nemzetközi intézkedésekkel szembeni bizalmatlanság összefonódva erősítik az oltásellenességet. Az egészséggel kapcsolatos álhírek és hamis információk mellett a hatalmi összeesküvés-elméletek töltenek be kiemelt szerepet (Bauer & Koltai 2022: 173).

A szerzők szerint a bizonytalanság és a növekvő kétségbeesés pedig növeli az ezekben vetett hitet, ami nemzetbiztonsági problémává formálódhat (Barna & Knap 2021, Falyuna & Krekó 2022a). Nem véletlen, hogy az áltudományosság a pandémia kapcsán is növekszik; kifejezetten alkalmassá teszi erre hozzáférhetősége, átmeneti helyzete, mivel:

...szintézisbe forrasztja a tudomány presztízsének az elismerését a mainstream tudomány hiteltelenítésére irányuló törekvésekkel annak érdekében, hogy egyszerre szerezzék meg a tudományosság privilegizált státuszát, és profitálhasson a hagyományos akadémiai világ intézményeivel és szereplőivel való bizonytalanságból (Falyuna & Krekó 2022b: 19).

Az ennek nyomán létrejövő dezinformáció nem pusztán a járvány terméke; vissza is hat arra, alásva az egészségügyi intézkedések hatásosságát (Krekó 2022). Ennek nyomán születik meg az *infodémia* fogalma, amely a pandémiát a tájékozódásra való megnövekedett szükségletek és az ezek nyomán könnyebben terjedő dezinformációk szempontjából értelmezi (WHO 2020).

A nyelvészeti-kommunikációs kutatások is foglalkoznak a vírus okozta változások nyelvi lenyomatával: például az új szavak létrejöttével (Istók & Lőrincz 2020, Veszelszki 2020) vagy a komplex jelenség nyelvi, marketing-, munkaszervezési és gazdasági oldalával (Kovács 2020, Kovács & Szőke 2022, Szőke & Kovács 2022). Kutatásunk is e jelekből indul ki, hogy megértse az oltásokról szóló – vírushelyzetbe ágyazott – online beszéd dinamikáját, időbeli alakulását. A fentebb ismertetett, túlnyomórészt elméleti megfontolások empirikus vizsgálatára vállalkozunk; célunk a koronavírus elleni védőoltás diskurzusának megragadása a 2021 januárja és novembere közötti időszak szóhasználat-változásának elemzése révén. Bár ahogy említettük, az oltásokról való diskurzus már 2020 során megjelent, mi kifejezetten az oltások elérhetőségét követő időszakra voltunk kíváncsiak.

A következőkben megfogalmazzuk a tanulmány kutatási kérdéseit, majd rátérünk az elméleti keretre, a kutatás módszertanára, végül pedig ismertetjük az empirikus eredményeket, és levonjuk a következtetéseket.

A tanulmány kutatási kérdései tehát a következők:

1. Milyen időbeli mintázatot rajzol ki a különböző vakcinatípusok említésének előfordulása, illetve milyen kontextusban jelennek meg a vakcinatípusok?
2. Hogyan oszlanak meg az oltásellenes és az oltástámogató hangok, illetve időben milyen változások figyelhetők meg?
3. Milyen összefüggések rajzolódnak ki a különböző csoportok szóhasználatának időbeli változásai alapján?
4. Mely szavak milyen gyakorisággal jelennek meg a médiában a Karanténstótár első kiadásában rögzített szavak közül?

### 3. Elméleti keret

A vírus megjelenését követő egy éven belül, 2021 decemberében beadták az első védőoltást, nem sokkal később pedig Magyarországon is megjelent a vakcináció lehetősége. Mivel az oltásbeadatás Magyarországon a vizsgált időszakban önkéntes volt,<sup>3</sup> a társadalom tagjainak egyéni döntést kellett hozniuk. Az újonnan kifejlesztett vakcinák ismeretlensége jelentős mértékű társadalmi információhiánnyal társult. Az online fórumokon megjelent oltásokkal kapcsolatos közbeszéd, a hírekben olvasottak és az egyéb információk megosztása, megvitatása kockázatcsökkentő megküzdési stratégiának tekinthető. A következőkben röviden bemutatjuk, hogy a koronavírus-járvány milyen meglévő kommunikációs szakadékokat mélyíthetett el.

A hétköznapi rutinizált rendjének megbontása válságként értelmezhető, amelynek inherens jellemzője, hogy a korábban megszokott megoldási módok nem használhatók az újféle problémákra. Ezért Balogh László Levente (2009: 7) szerint:

...a válsággal csaknem mindig együtt jár a bizalom megroppanása ... Ha a fentiek alapján elfogadjuk, hogy a válság egy választási helyzet, akkor a bizalom az, ami képes csökkenni, illetve ellensúlyozni a választás bizonytalanságából fakadó kockázatokat.

A rutin itt a zavartalan működés szinonimája, amely a hétköznapi valóságának zavartalanságát biztosítja; az ebbe vetett bizalom az, amely a normális működést fenntartja (Berger & Luckmann 1998). Ennek megbomlása elől az egyén a közösségekhez, a közös valóságteremtéshez fordul. Ez fokozottan igaz az online térre, amely a karanténhelyzet miatt még hangsúlyosabbá válik. Az online beszélőközösségek (Labov 1966) közös valóságalkító szerepe a bizonytalan, információhiányos és következményekkel bíró helyzetekben csúcsosodik ki.

A vírus keltette bizonytalanság a nyugati, későmodern társadalmakban egy már eleve meglévő bizonytalansághoz társul. Anthony Giddens (1990) szerint a későmodern társadalmak lényegi jellemzője a hagyomány jelentőségének, világmagyarázó erejének fokozatos csökkenése. Ezek eligazító szerepét fokozatosan a szakértői tudás veszi át, az ennek eredményeképpen megsokszorozódott világtérképek közül az egyénnek egyedül kell választania. Abban az esetben, ha a szakértői tudás is megkérdőjeleződik, fokozottan bizonytalan helyzetről beszélhetünk. A megsokszorozódott narratívák és információk között vívódó, saját magukat felépíteni igyekvő egyének alapján a társadalmak individualizációjáról beszélhetünk. Az ide sorolható középszintű elméletek a jelen valóságában eligazodni próbáló cselekvőt helyezik a fókuszba, a cél a heterogén tapasztalatok megértése. François Dubet (2012: 71) szerint:

...az egyének olyan szubjektumok, akiknek meg kell oldaniuk ezt a problémát, pontosabban szólva le kell küzdeniük a társadalmi élet individualizációja okozta megpróbáltatásokat.

3 Az egészségügyi dolgozók kötelező oltásfelvételét épp a vizsgált időszak végén, 2021 novemberében vezette be a kormány.

Alain Ehrenberg (2010) az individualizáció eszmetörténeti változásaként az ágencia normává válását állapítja meg. A középpontba kerülő egyén válik felelőssé saját életéért és helyzetéért: csak ő változtathatja meg azt, az esetleges kudarc is őt terheli. Az oltással kapcsolatos döntés és kockázat súlya tehát az egyén vállát nyomja. Dubet a többféle cselekvési logika összehangolásának nehézségét hangsúlyozza. Az oltás kérdése részben mint a társadalom tagját, részben mint magánembert érinti; egyszerre kell társadalmi, morális és gazdasági szempontokat figyelembe vennie és az ezekből következő, jellemzően eltérő cselekvéseket önmagán belül összehétköznie.

Ahogy említettük, a szabad oltásválasztás és a széles kínálat nehezítette a döntést. Megjegyzendő azonban, hogy oltásellenes mozgalom azóta létezik, amióta elérhetővé váltak oltások a különböző fertőző betegségekkel szemben (vö. Kirkpatrick é. n., Veszelszki 2021: 19). A viselkedés előrejelzésének, így az oltási hajlandóságnak is az egyik legszélesebb körben alkalmazott modellje Icek Ajzen (1991) tervezettviselkedés-elmélete (*Theory of Planned Behaviour – TPB*). Eszerint a viselkedés megvalósulása kapcsán különösen fontos a szándék előrejelezhetősége, amelyet három tényező határoz meg: a viselkedés iránti attitűd, a viselkedés végrehajtására vonatkozó észlelt társas nyomás és az észlelt viselkedési kontroll.

Az oltással kapcsolatos döntés ugyan valóban az egyént terheli, azonban ez a döntés egy társas-társadalmi térben valósult meg. A döntési folyamat megértéséhez figyelembe kell venni a csoporthoz tartozást, ezzel pedig a társas identitás, a saját csoportokból érkező normák és a csoportnyomás szerepét. A COVID–19 elleni oltással kapcsolatos attitűd és az attitűdök nyomán formálódó (oltásellenes vs. oltáspárti) csoporttagság kialakulásában korábbi kutatások rámutattak az online térben megvalósuló kommunikáció kiemelt szerepére. Józef Maciuszek és munkatársai (2021) eredményei szerint az online beszélgetésekben mutatott aktivitás együtt jár egy csoporthoz tartozás erősebb érzésével (oltásellenes vs. oltáspárti). Az egészséget érintő tudományos vitát képző kérdésekről az online kommentek tájékoztathatnak, kijelölve a megfelelő irányt egy adott cselekvés vonatkozásában; e hatást felerősítheti, ha az egyén a kommentelőt saját csoporthoz tartozóként észleli (Duong et al. 2022). A közvetlen csoportnyomáson túl a tágabb makrokulturális tényezők szerepét sem lehet figyelmen kívül hagyni, beleértve a kormányba és az egészségügyi hatóságokba vetett bizalom kérdését (Goodwin et al. 2022).

Összegezve elmondható, hogy az online fórumokon és a közösségi médián keresztül kommunikáló egyének a közösség valóságalkító szerepe felé fordulnak, hogy csökkentsék az információhiányból adódó kockázatokat, és erősítsék a bizalomérzetet – mindkettő a koronavírus által kiváltott-felerősített hatások mérséklését célozza. Ennek fontos eleme a közösen használt nyelv: elsődlegesen ez segíti a külvilágban – az oltás kérdésében – történő eligazodást. Mindez nem semlegesíti az egyénre háruló felelősséget és súlyt, amellyel az egyének eltérő módokon próbálnak megküzdeni. Kutatásunkban a különböző csoportok (oltástámogatók, oltásellenesek, semlegesek) nyelvhasználatát, az oltások körül kialakuló online beszédet vizsgáljuk.

## 4. Módszertan

Kutatásunkban a 2021. január 1. és november 1. közötti online médiában megjelenő említéseket és ezek dinamikáját vizsgáltuk, különös tekintettel az említések egymáshoz mért súlyára és ezek időbeli alakulására. Magyarországon 2021. december 27-én adták be az első oltást; először az egészségügyi dolgozók kapták, ezt nem sokkal követte az oltási kampány (Uzzoli et al. 2021).<sup>4</sup> A választott időszakot az oltások és a kampány megjelenéséhez igazítottuk. Elemzésünkben az oltásokat kétféle fókusszal vizsgáljuk. Egyrészt a különböző vakcinatípusok említettségét, ezek egymáshoz viszonyított arányát és időbeli változását, másrészt az oltásokhoz eltérően viszonyuló (oltásellenesek, oltáspártiak és semlegesek) csoportokhoz köthető kifejezések említését, egymáshoz viszonyított arányát és ezek időbeli változását elemezzük.

---

<sup>4</sup> Lásd <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/koronavirus-sajtokozpont-szombaton-erkezik-vakcina-magyarorszagra>.



Az online említések összegyűjtéséhez a SentiOne mesterségesintelligencia-alapú *social listening* szoftvert használtuk.<sup>5</sup> Bár az eredetileg piackutatásra létrehozott eszköz algoritmus nem publikus, az összes nyilvánosan elérhető online tartalom között keres, ez pedig lehetőséget jelent a tudományos igényű használatra is, különösen olyan témák esetében, amelyekben kifejezetten hangsúlyossá válik az online beszéd. Egy, a Magyar Tudományban megjelent cikk az oltásokkal kapcsolatos érzelmeket vizsgálta a szoftver segítségével (Bányász 2022), de az online antiszemitizmus vizsgálatára is használták már (Barna & Knap 2021).

A social listening a hagyományos kutatási eljárásoknál szélesebb társadalmi réteghez ér el, nem ütközik olyasféle korlátokba, mint más adatfelvételi típusok.<sup>6</sup> Ezt különösen fontosnak tartjuk egy olyan téma kutatásakor, amely a társadalom minden tagját és rétegét érinti. A módszer további előnye, hogy – a *survey* és interjú módszerekkel ellentétben – itt nem jelent *belső érvényességi* problémát a társas elvárásoknak való megfelelés kényszere (*social desirability bias*), mivel a beszélgetéseket a saját természetes közegükben, nevezetesen az online térben figyeljük meg. Ezenkívül a mérés *külső érvényessége* is magas szintű, mivel a SentiOne a teljes világhálóról és a közösségi médiából gyűjti a nyilvánosan elérhető említéseket, a megadott kulcsszavak és a közöttük álló logikai operátorok alapján. Hasonló eredmény manuális adatgyűjtéssel nem vagy csak nehézkesen érhető el. A szoftveres keresés hátrányaként ugyanakkor az említések tágabb értelmezési skálán való elhelyezkedését említhetjük. Ennek tudatában kutatási kérdésünk a vakcinatípusok általános említettségére, nem pedig az említések egzakt értelmére vonatkozik. Ezek vizsgálatához olyan említéseket kerestünk, amelyek egyszerre tartalmazzák a típust és a koronavírus valamilyen formában történő említését.<sup>7</sup> A különböző csoportok szóhasználatának vizsgálatát pedig Veszelszki Ágnes *Karanténstórájának* első kiadására (2020) alapoztuk, és az oltáspárti, oltásellenes és semleges felosztást követtük. Az ide tartozó kulcsszavak – a vakcinatípusoktól eltérően – meghatározott csoporthoz tartoznak, szűkebb jelentéstartománnyal bírnak.

## 5. Eredmények

Kutatásunkban többféle kvantitatív vizsgálatot végeztünk: egyrészt az eltérő vakcina-fajták, másrészt az oltássemleges, az oltáspárti és az oltásellenes szavak említettségét és ezek időbeli változását vizsgáltuk.

### 5.1. Vakcinatípusok említettsége

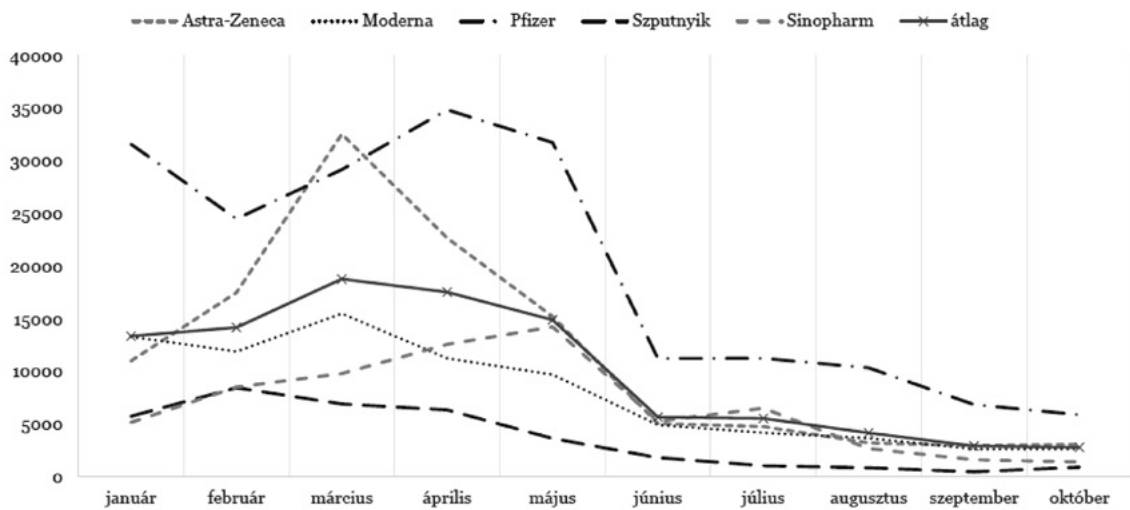
A vakcina-fajták említését ábrázoló grafikon az összes említés alapján készült, ezért ezek az általuk létrehozott térben, önmagukhoz viszonyítva értelmezhetőek (lásd az 1. ábrát). Az 1. ábrán szerepel egy átlagot jelző vonal is, amely kettős funkciót lát el: nem pusztán viszonyítási pontként szolgál, hanem az összes említettséget – pontosabban annak ötödét – is jelzi, így erről az oltásokról szóló beszéd általános alakulása olvasható le.

5 „A SentiOne (www.sentione.hu) teljes Európát lefedő, 30 nyelven beszélő és webes szöveganalitikán alapuló social listening szoftvere kulcsszavas keresés alapján, valós időben vagy akár 3 évre visszamenően figyeli, indexálja és elemzi az internetes fórumokon, blogokon, weboldalakon és közösségimédia-csatornákon közzétett publikus szöveges tartalmak minden típusát, melyek önmagukban vagy kontextusukban tartalmazzák a felhasználó által már előre definiált és a platformra felvitt kulcskifejezések bármelyikét” (Sentione.com).

6 Sem az adatközlési hajlandóság és az ezen alapuló szelekciós mechanizmusok (visszautasítás), sem az adatfelvétel sokféle költsége nem jelenik meg, legyen szó akár kvantitatív (például kérdőív szerkesztése, lekérdezése, kérdezőbiztosok keresése, kiképzése, adattisztítás stb.) vagy kvalitatív (például vezérfonal megírása, tesztelése, interjúerek felkutatása és képzése stb.) kutatásról.

7 Ennek megfelelően az egyik, kulcsszavakat tartalmazó kód például a következőképpen nézett ki: (Szputnyik OR Sputnik OR Szputnyik OR Sputnik) AND (Covid OR kovid OR covid 19 OR kovid 19 koronavírus OR pandémia).

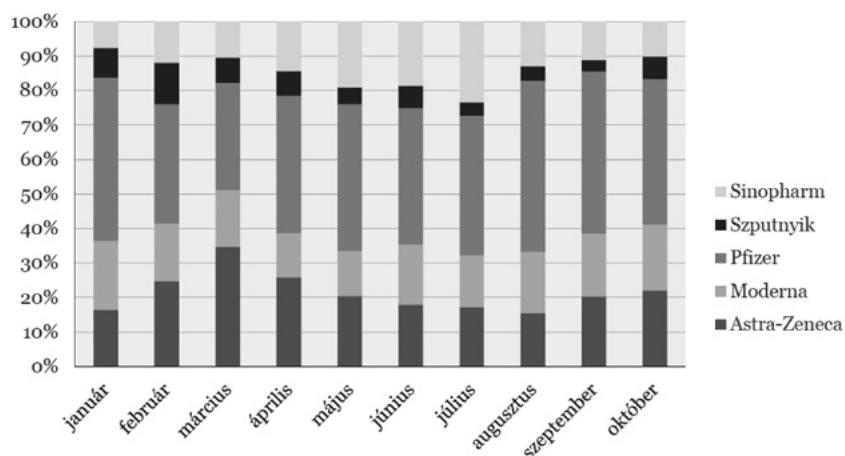
1. ábra  
Vakcinatípusok említettsége



A vizsgálat kezdetekor, 2021 januárjában az oltások három csoportra oszlottak, említettségre szerint: a Szputnyik és a Sinopharm bír a legkevesebb említéssel, feleannyival, mint a középmezőnybe tartozó Astra-Zeneca és Moderna. Ezekről élesen elválnak a Pfizer, amely már januárban duplája az átlagos említésnek, az alsó mezőnynek pedig csaknem hatszorosa. Mindez előre jelzi a Pfizer által elfoglalt megkülönböztetett helyzetet. Az időszoros elemzés alapján az oltások említettsége két nagyobb időszakaszra különül el: 2021. januártól júniusig a különböző típusok említése sajátos dinamika szerint ingadozik, miközben az összemlítettség a márciusi tetőzésig nő. Júniusban viszont általános visszaesés figyelhető meg; ezt követően a Pfizer kivételével minden oltás az átlagos említettséget követi.

Mindez az újonnan megjelent oltásokat követő élénk érdeklődést, majd a konkrét típusok hangsúlyvesztését jelezheti; ezek alapján nagyjából fél évre tehető az az időszak, amely a szabad oltásválasztás miatti megnövekedett döntéskényszerrel és információhiánnyal jellemezhető. A Pfizer elkülönül a többi vakcinatípus közül; az említések számát és arányát tekintve egyaránt domináns marad a vizsgált időszak szinte egésze alatt (lásd az 1. és 2. ábrát). Egyedül februárban előzi meg az Astra-Zeneca, amely ezután gyorsan elveszíti jelentőségét. A Pfizer magas említettsége valószínűleg annak köszönhető, hogy a „nyugati” vakcinák képviselőjeként (a kevésbé ismert Modernával, illetve az orosz és a kínai vakcinákkal szemben) egyfajta viszonyítási pontként jelent meg a vakcinatípusok körüli online diskurzusban.

2. ábra  
Az említettség arányai vakcinatípusok szerint



## 5.2. Karanténszótár: oltásellenes, semleges és oltásellenesekről szóló említések

Az említések kiválasztását minden esetben a *Karanténszótár*ra alapoztuk (Veszelszki 2020): a keresett kulcsszavak itt a semleges, az oltásellenes vagy az oltásellenesekről szóló kategóriákra oszlottak. A *Karanténszótár* első kiadása már 2020 áprilisában megjelent, és 400 szócikket tartalmaz, címszó – magyarázat – valós nyelvi példa felosztásban (a 2022 tavaszán kiadott második kiadás ehhez képest háromszorosára: több mint 1200 címszavasra bővült; Veszelszki 2022). Az elemzésbe azok a kulcsszavak kerültek bele, amelyek a vizsgált időszakban elérték az 50 említésszámot. Ez havonta átlagosan 5 említésnek felel meg – ez alatt, úgy gondoltuk, az adott kulcsszó nem számít használatban lévőnek.

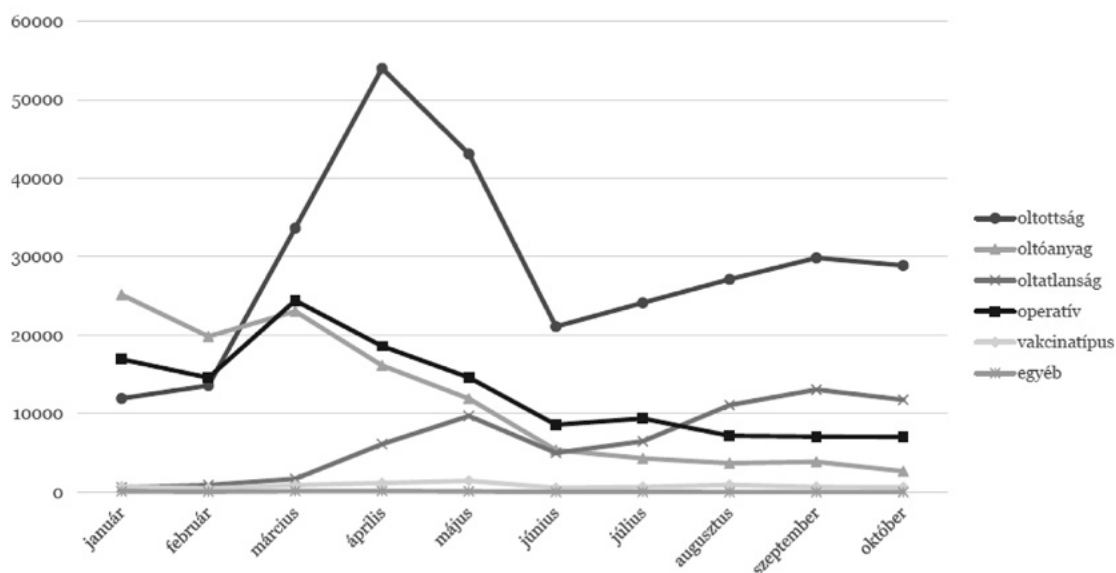
A semleges említések az összes említések 97,1 százalékát teszik ki: az oltásellenesekhez köthető diskurzus tehát ennek csak egy kicsiny részét jelenti. Az összes említésből csupán 1,8 százalék (11 122 említés) tekinthető oltásellenesnek és 1,2 százalék (7756 említés) az oltásellenesekről szólónak. Mindez ugyanakkor nem képezi le pontosan a különböző diskurzusok határait: a semleges említések között találni például az „oltott” kulcsszót is, amely értelemszerűen megjelenhet egy oltásellenes kulcsszót (is) tartalmazó említésben.

## 5.3. Semleges említések

A jelen kutatás célja az oltásellenesek és az ő említéseik vizsgálata, ugyanakkor érdemes foglalkozni a semleges említések néhány alcsoportjával is. A semleges említéseket hat nagyobb csoportra osztottuk annak függvényében, hogy a kulcsszavak az oltás kérdéskörének mely aspektusát hangsúlyozzák (lásd a 3. ábrát). A legnagyobb – az összes semleges említés csaknem felét (47,4%) kitevő – csoport a szűken értelmezett oltásra (a beoltottságra, az oltás aktusára stb.) vonatkozik. Az említések több, mint ötöde (21%) vonatkozik az oltás operatív aspektusára, csaknem ötöde (19%) pedig magára az oltóanyagra. Minden tizedik említés az oltatlanságot tematizálja (11,1%). Az operatív működés csoportjába azok a kulcsszavak kerültek, amelyek az oltás megvalósulásához kapcsolódnak (például *oltási terv*, *oltóbusz*, *oltási ranglista*, *oltási tempó*), ezek 7,2 százalékot tesznek ki. A kifejezetten az oltás hatékonyságára vonatkozó *átoltottsági szint* az említések 7 százalékát adja. Némileg elkülönül még a *védettségi igazolvány* említettsége (4,3%), illetve az oltásra való hajlandóság tematizálása (2,6%). Az összesen 1,5 százalékot kitevő egyéb csoportba a vakcinatípusok humoros elnevezései (1,4%), illetve az oltáshoz kapcsolódó turizmus (0,1%) került.

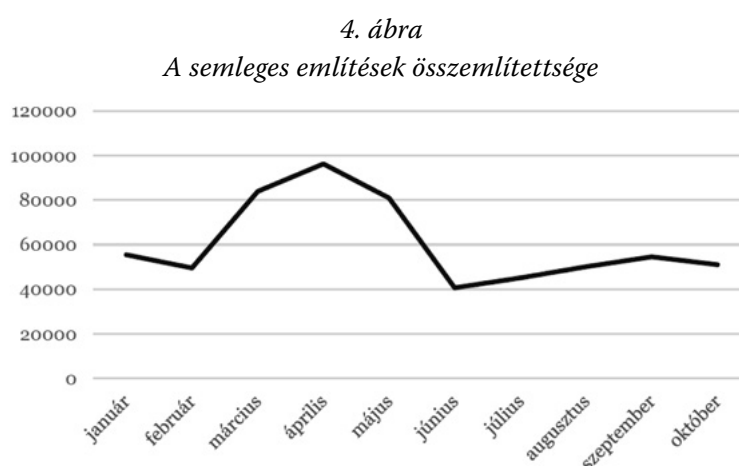
3. ábra

A semleges említések különböző aspektusainak megjelenése



Mindebből látszik, hogy az oltáshoz kapcsolódó semleges említésekben nagy hangsúlyt kap az oltás operatív kivitelezése. Az oltottsági szint ezek közül kiemelkedve egyfajta hatékonyságot jelképező viszonyítási pontként jelenik meg, ezáltal elkülönül az egyéb, gyakorlati megvalósuláshoz köthető kulcsszavaktól – amelyek közül egyik sem közelítette az átoltottsághoz kapcsolódó kulcsszavak említettségét. A konkrét szám adatokban megtestesülő átoltottsági ráta a bizonytalan és változó helyzetben fix pontot jelenthet.

A semleges említések gyakorisága a vakcinatípusokhoz hasonlóan alakul (lásd az 1. és a 4. ábrát): júniusban általános visszaesés figyelhető meg, azonban augusztustól sokkal nagyobb mértékű növekedés történik, megközelítve a legmagasabb említettséget.



Az említések időbeli alakulását tekintve jól láthatóan elkülönülnek a kisebb és a nagyobb említettségű kulcsszavak, amelyek időben változnak ugyan, a dominánsabbak azonban az *oltóanyag*, *oltott*, *beoltott*, illetve *oltatlan* (kissé elmaradva a többitől). Az oltások körüli online beszédet tehát döntően ezek határozzák meg. Az említések polarizáltságát mutatja, hogy a hat legmagasabb említésszámú kulcsszó adja az összes említés 82 százalékát.

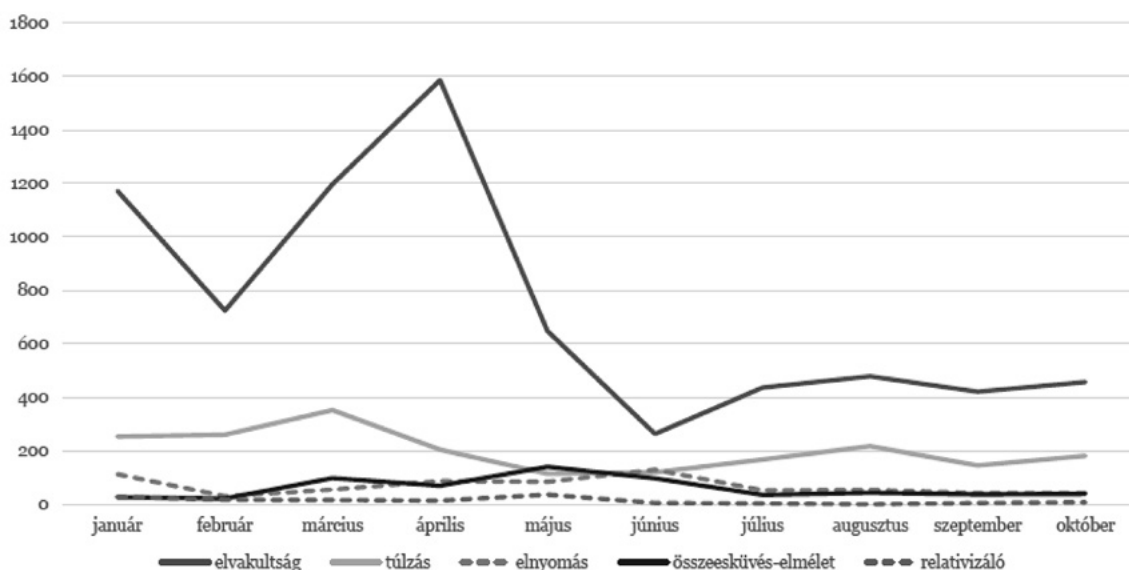
Pontosabb képet kapunk, ha az egyes kulcsszavak alakulását nézzük: a domináns kulcsszavak alapján különböző időszakok látszanak kirajzolódni. Januárban és februárban az *oltóanyag* kulcsszó említettsége magasan meghaladja az összes többiét, márciusban azonban megtörik vezető szerepe (az általánosan megfigyelhető, júniusi visszaesésen túlmutatón is), amiből az oltóanyag márciusban még releváns kérdésének hangsúlyvesztésére következtethetünk. Márciustól az *oltott* és a *beoltott* kulcsszavak a meghatározók, ezek a júniusi visszaesésben is megtartják dominanciájukat. Érdekes, hogy míg júliustól az *oltott* kulcsszó újbóli növekedésnek indul, és októberre megközelíti a korábbi abszolút maximumot, a *beoltott* említése lassan csökken. Mindebből az oltás körüli szóhasználat egyszerűsödését is kiolvashatjuk; két rokon értelmű szó együttes jelenlétéből idővel az egyik kikerül. A negyedik leggyakrabban említett kulcsszó az *oltatlan*; az előbbiektől némileg elmaradva az *oltatlan* kulcsszó márciusban és áprilisban még a többi, alacsonyabb említésszámúval esik egy súlycsoportba, majd júniustól egyre hangsúlyosabbá, augusztusra pedig a második leghangsúlyosabb kulcsszóvá válik. Mindebből egyértelműen kirajzolódik, hogy míg az oltás megjelenése után közvetlenül az oltóanyag a leghangsúlyosabb kérdés, az érdeklődés lassan az oltottság témájára terelődik, amely mellé lassan bekerül az oltatlanság kérdése is – ez azonban késleltetve, mint ahogy az oltatlansággal kapcsolatos kockázatok is értelemszerűen csak azután merülhetnek fel, hogy a vakcinák létét megemésztette a társadalom.

A pontosabb elemzés érdekében a továbbiakban a 2000 említés alatti kulcsszavakat nem elemezzük. Ezek összességében változó intenzitással indultak, júniusra említésük is nagyban csökkent. Kivételt csak néhány, időszakosan meghatározó kulcsszó jelent. Március-áprilisban az *oltási munkacsoport* a legmeghatározóbb a kategórián belül, ám később veszít jelentőségéből. Májustól az *oltási igazolás* válik meghatározóvá. Az *oltási hajlandóság* áprilisban megugrik, majd gyors csökkenést mutat. A gyorsan változó kulcsszavak a vírussal kapcsolatos gyors tematikus változásokat jelzik.

## 5.4. Oltásellenes említések

Az oltásellenes említések közös jellemzője az oltások relativizálása, bagatellizálása vagy „nem létezőként” való teljes elutasítása. Ezen belül öt csoportot különítettünk el aszerint, hogy az oltásellenesség mely aspektusát hangsúlyozzák (lásd az 5. ábrát). Az oltásellenesek általunk is azonosított csoportja egybecseng korábbi kutatási eredményekkel, miszerint a vírustagadók kis csoportja mellett a pandémiatagadók nagyobb csoportja érhető tetten az online szférában, akik a járványra adott túlzott reakciókat emelik ki (Bauer & Koltai 2022).

5. ábra  
Az oltásellenes említések különböző aspektusainak említettsége



Az első csoportba olyan kulcsszavakat soroltunk, amelyek az „oltáspártiakra” vonatkoznak.<sup>8</sup> Nem véletlen, hogy az említések kétharmada (66,4%) tartozik ide: az oltásellenesek saját hovatartozásukat csak a mi-ők csoportfelosztás révén alakíthatják ki, a „másik” képének konstrukciójával. A csoportkohézió alapját az oltással szembeni szkepticizmus, relativizálás vagy nem létezőként való elgondolása jelenti. Ez jelenik meg az ide sorolható kulcsszavakban is: *oltáspárti*, *karanténtálib*, *vírushívő*, *vakcinahívő*. Az oltásokba vetett bizalom több esetben vallási felhangot kap, amely az elvakultságot és az irracionalitást hivatott érzékeltetni. Érdekes, hogy több, hasonló kulcsszóra nem találtunk megfelelő számú említést (*maszktálib*: 33; *maszknáci*: 22, *karanténdzsihádista*: 8; *korlátozástálib*: 6).

A második legnagyobb csoport az említések csaknem ötödét (18,7%) teszi ki. Ide azok a kulcsszavak tartoznak, amelyek a vírushelyzetre adott reakciókat túlzóként azonosítják: *vírushiszi*, *covidhiszi*, *vírusmizéria*, *hiszti főorvos*, *járványhiszi*, *koronahiszi*, *víruspánik*, *oltáshiszi*, *járványosdi*, *covicc*. E megfogalmazások közös alapvetése a vírus inherens komolytalansága – ebből fakadóan pedig a túlzott reakció, a „hiszi” és a „pánik”. A harmadik csoportba (7,6%) azokat a kulcsszavakat soroltuk, amelyek értelmezési keretét a kényszer, a hatalmi helyzet, illetve az elnyomás jelenti: *coviddiktatúra*, *koronateror*, *oltásdiktatúra*, *Covid-zsarnokság*, *diszkriminációs kártya*. Az ide tartozó említések a politikailag erőltetett korlátozásokat, illetve az oltottak és az oltatlanok közötti, diszkriminatívként értelmezett különbséget tematizálják.

<sup>8</sup> Az *oltáspárti* a leggyakrabban említett kulcsszó; az összes oltásellenes említés 57 százalékát teszi ki.

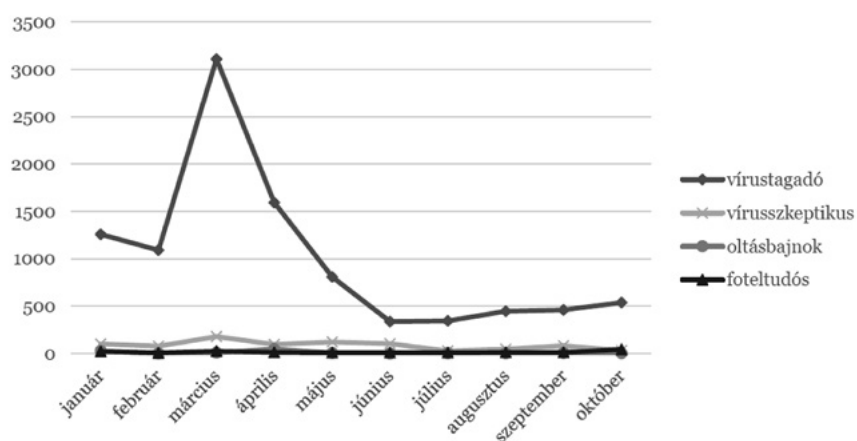
Ezzel együtt a kulcsszavak pontos jelentéstartományának azonosításához, a többi kulcsszóval való összefüggésrendszerük felvázolásához érdemes volna további, kvalitatív elemzéseket végezni. A negyedik csoportba tartozó említések a korábban említett összeesküvés-elméletekhez látszanak közel állni – minden huszadik (5,5%) tartozik ide: *oltásbiznisz, vakcinaüzlet, laborszökevény*. Az első két kulcsszó a pandémiát vélhetően hamisnak, felsőbb érdekek által vezérelt üzletként értelmezi, a harmadik pedig a vírus szándékos elterjesztésére utal. A logikai ellentmondás – a vírust szándékosan terjesztették el, illetve hogy nem létezik – megfér az oltásellenes diskurzuson belül, ahogy azt korábban mások is megállapították (Bauer & Koltai 2022). Az utolsó csoport az említések mindössze 1,9 százalékát foglalja magában; az itt található kulcsszavak a csoport öndefiníciójaként olvashatók, amelyek az oltásellenességet látszanak újrakerezni: *oltásellenző, vírusrealista, oltásszkepticizmus*.

A kulcsszavak idősoros elemzése a semleges említésektől eltérő képet mutat, ebből azonban az alacsony elemszám miatt nem vonhatunk le messzemenő következtetéseket. A *diszkriminációs kártya* május-júniusra a legdominánsabb kulcsszó.

### 5.5. Oltáspárti említések

Az oltáspárti csoport vizsgálata az oltásellenesekről szóló említéseket tartalmazza – ez a minta legkisebb elemszámú csoportja, csupán négy olyan kulcsszó volt, amely elérte a minimális összemléltettség szintet. A csoport legjellemzőbb kulcsszava a *vírustagadó*, az említések 90 százaléka tartozik ide (lásd a 6. ábrát). A többi kulcsszó (*vírusszkeptikus, oltásbajnok, foteltudós*) ehhez képest elhanyagolható súllyal jelenik meg az említések között. A *vírustagadó* említettsége azonban érdekes eloszlást mutat: márciusban tetőzik – itt a korábbi említettség több mint háromszorosa –, egy hónappal később a felére esik vissza, majd tovább csökken, innen pedig enyhén növekszik csak. Az eredmények értelmezéséhez szükséges lenne további kutatás során bevonni a platformokat, amelyeken az említések születtek: a *vírusszkeptikus* esetében például feltűnően nagy a cikkek aránya, amiből az irányított kommunikáció lehetősége is felvetődik.

6. ábra  
Az oltásellenesekre vonatkozó kulcsszavak említettsége



Az oltásellenesekről szóló diskurzus fő szervezőelve – az oltáselleneshez hasonlóan – ennek alapján a „másik” beazonosítása, ami itt a vírus tényét tagadókat, az információkat félreértelmezőket, illetve a magukat felettesnek feltüntetőket (*vírustagadó, foteltudós*) jelenti. A kevésbé számottevő *oltásszkeptikus* ugyanakkor ezek helyett a kételkedés vonását hangsúlyozza.

## 6. Összegzés és következtetések

Tanulmányunk a SentiOne szofter segítségével feltárt, oltáshoz kapcsolódó szóhasználat időbeli alakulását elemezte. Kutatásunk fókuszában a különböző vakcinatípusok említettségén túl a különböző attitűdökhöz köthető (oltássemleges, oltásellenes, oltáspárti) csoportok szóhasználatának változása áll. Ebből sajátos diszkurzív dinamika rajzolódik ki: a semleges említések alapján az oltások megjelenése utáni időszakban az oltóanyag kérdése volt meghatározó, ennek helyét azonban fokozatosan átvette az oltottság, majd az oltatlanság kérdésköre. A kevésbé általános, kézzelfoghatóbb kérdések (mint az oltási igazolás) esetében gyorsabb tematikus váltásokat találtunk. Az ide tartozó említések mintázata a vakcinatípusokról szóló online beszédéhez volt hasonló, jelezve, hogy az oltásellenes csoporthoz képest kevésbé meghatározott beszélőközösségről van szó.

Kutatásunk hangsúlyos részét jelenti az oltásellenesek szóhasználatának elemzése is. Ennek vizsgálatát annak ellenére is fontosnak tartjuk, hogy az online beszéd csekély részét teszi ki. Érdeemes szem előtt tartani, hogy az oltásellenes diskurzus a jelen kutatás számára nem volt hozzáférhető, nem nyilvános platformokon (például zárt Facebook-csoportokban) hangsúlyosabb lehetett. Az aránytalanság további oka a vizsgált kulcsszavak jellegzetességeiből fakadhat: míg az oltásellenesek által használt szavak értelmezése erősebben kötődik egy adott értelmezési kerethez – az oltások elutasításához –, az általános kontextust jelentő kulcsszavak sokkal tágabb értelmezési horizonton helyezkednek el, ennek megfelelően több említés sorolható az utóbbi csoportba. Az oltásellenesekre vonatkozó elemzés során a korábbi elemzésekhez hasonló tematikus csoportokat különítettünk el. Az oltásellenes online beszéd több ponton eltér a semlegestől: középpontjában kevésbé a különböző kérdések időszakos felmerülése, inkább a mi–ők megkülönböztetés áll, illetve azok a technikák, amelyek a vírushelyzet és az erre adott (társadalmi és döntéshozói) reakciók újraakterezését szolgálják.<sup>9</sup> Az általunk létrehozott öt tematikus csoportot a vírus különböző értelmezései szerint különböztettük meg. Ezek alapján az elvakultságot, a túlzást, az elnyomást, az összeesküvés-elméletet és a relativizálást fókuszba helyező csoportok rajzolódtak ki. E csoportok belső dinamikáját, nyelvhasználatát további kutatásra érdemesnek tartjuk.

Összefoglalva: az információhiánnyal jellemezhető válsághelyzetben a vakcinatípusokhoz köthető és az oltássemleges említések hasonló megküzdési mintázatot mutattak. A bizonytalan helyzet közepette a kockázatcsökkentő stratégiát a leginkább a különböző szempontok mérlegelése jelentette – ezt mutatja az említések hónapról hónapra rugalmasan változó fókusza –, az oltások operatív kivitelezéséről és hatékonyságáról szóló online beszéddel együtt. Ezzel szemben az oltásellenes csoportok belső szervezőelveként (együttal fix pontjaként) leginkább az oltások elutasítása jelent meg, „elvakultságként” azonosítva azt. Az ide tartozó, egyéb kockázatcsökkentő nyelvi stratégiák (az oltások elnyomásként és összeesküvés-elméletként való értelmezése, illetve relativizálása) ennek kiegészítéseként jelent csak meg. Az eltérő megküzdési módok az attitűdcsoportok és a vakcinatípusok esetében egyaránt az oltások megjelenését követő fél évben voltak empirikusan a leginkább megfigyelhetők, 2021 júniusára az említések gyakorisága erősen visszaesett, a kockázatcsökkentő funkció szükségletének csökkenését jelezve. A 2021. január és június közötti időszak említéseinek további, főleg kvalitatív elemzése – különösen az oltásellenesek esetében – további kívánatos kutatási irány lehet.

## Irodalom

Ajzen, Icek (1991): *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 5, no. 2, pp. 179–211, [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Balogh László Levente (2009): *A válság patológiája. 2000*, 9. sz. 5–12 o.

Bányász Péter (2022): *A Covid-oltásokkal kapcsolatos érzelmek vizsgálata Magyarországon, Magyar Tudomány*, 183. évf. 5. sz. 601–609. o., <https://doi.org/10.1556/2065.183.2022.5.6>

---

<sup>9</sup> Érdeemes még kiemelni, hogy az oltásellenes említések meghatározó platformjai és szövegtípusai (poszt, komment, cikk) számottevően eltérnek a semleges említésekre jellemzőktől.

- Barna, Ildikó & Árpád Knap (2021): An Exploration of Coronavirus-related Online Antisemitism in Hungary Using Quantitative Topic Model and Qualitative Discourse Analysis. *Intersections*, vol. 7, no. 3, pp. 80–100, <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v7i3.801>
- Bauer Zsófia & Koltai Júlia (2022): Koronavírus: alternatív „tudományos” megközelítések és oltásellenesség. In: Falyuna Nóra & Krekó Péter (szerk.): *Sarlatánok kora. Miért dőlünk be az áltudományoknak?* 170–190. o. Athenaeum Kiadó.
- Berger, Peter L. & Thomas Luckmann (1998): *A valóság társadalmi felépítése. Tudásszociológiai értekezés.* Budapest: József Eötvös Műhely Kiadó.
- Boda, Zsolt (2021): Paradoxes of Populism in the Pandemic and Beyond: A Commentary on Rogers Brubaker’s Essay. *Intersections*, vol. 7, no. 3, pp. 21–28, <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v7i3.933>
- Brubaker, Rogers (2021): Paradoxes of Populism During the Pandemic. *Intersections*, vol. 7, no. 3, pp. 7–20, <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v7i3.974>
- Csergő, Zsuzsanna (2021): Populism and the Crisis of Expertise: A Commentary on Rogers Brubaker’s Essay. *Intersections*, vol. 7, no. 3, pp. 29–35, <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v7i3.934>
- Déri András & Szabó Andrea (2021): Generációs kihívás a poszt-Covid időszakban. *Szociológiai Szemle*, 31. évf. 4. sz. 4–27. o., <https://doi.org/10.51624/SzocSzemle.2021.4.1>
- Dubet, François (2012): Az egyén dialogikus felfogása felé. *Replika*, 79. sz. 67–76. o.
- Duong, Hue Trong, Tham Thi Nguyen & Le Thanh Trieu (2022): When Vaccine Uncertainty Prevails: Association Between Online Social Influence and COVID-19 Vaccine Intentions. *International Journal of Communication*, vol. 16, pp. 2345–2369.
- Ehrenberg, Alain (2010): *The Weariness of the Self: Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age.* Montreal: McGill-Queen’s University Press, <https://doi.org/10.1515/9780773577152>
- Falyuna Nóra & Krekó Péter (2022a): Nyúlüregből szakadékba: Laikus és tudományos válaszok az áltudományokra. In: Falyuna Nóra & Krekó Péter (szerk.): *Sarlatánok kora. Miért dőlünk be az áltudományoknak?* 339–362. o. Budapest: Athenaeum Kiadó.
- Falyuna Nóra & Krekó Péter (2022b): Miért csábít minket az áltudományok diszkrét bája? In: Falyuna Nóra & Krekó Péter (szerk.): *Sarlatánok kora. Miért dőlünk be az áltudományoknak?* 15–35. o. Budapest: Athenaeum Kiadó.
- Farkas Eszter, Böcskei Balázs & Szabó Andrea (2022): Egy az ország, ha vakcina, kettő, ha tudomány: Tudomány- és vakcinaszkepticizmus az ideológiák és a pártos polarizáció tükrében Magyarországon. *socio.hu*, 12. évf. 2. sz. 24–40. o., <https://doi.org/10.18030/socio.hu.2022.2.24>
- Giddens, Anthony (1990): *The Consequences of Modernity.* Cambridge: Polity.
- Goodwin, Robin, Ben-Ezra Menachem, Takahashi Masahito, Lan-Anh Nguyen Luu, Krisztina Borsfay, Mónika Kovács, Wai Kai Hou, Yaira Hamama-Raz & Yafit Levin (2022): Psychological Factors Underpinning Vaccine Willingness in Israel, Japan and Hungary. *Scientific Report*, vol. 12, p. 439, <https://doi.org/10.1038/s41598-021-03986-2>
- Istók Béla & Lőrincz Gábor (2020): A virolingvisztika részterületei. In: Simon Szabolcs (szerk.): *12<sup>th</sup> International Conference of J. Selye University. Language and Literacy Section. Conference Proceedings*, 83–92. o. Komárno: J. Selye University, <https://doi.org/10.36007/3761.2020.83>
- Kirkpatrick, Mark (é.n.): The Anti-Vaccination Movement. Measles and Rubella Initiative, <https://measlesrubellainitiative.org/anti-vaccination-movement/>.
- Kovács Éva & Takács Judit (2020): Látjuk-e, mi jön? A koronavírus-járvány hatása a magyar társadalomra és társadalomkutatásra. *Socio.hu Társadalomtudományi Szemle*, 10. évf. 2. sz. 95–211.
- Kovács László (2020): Társadalmi marketing és világjárvány. In: Kovács László (szerk.) *Globális kihívás – lokális válaszok. A koronavírus (Covid19) gazdasági és társadalmi összefüggései és hatásai*, 195–206. o. Szombathely: Savaria University Press, [https://sek.elte.hu/kg/globalis\\_lokalis](https://sek.elte.hu/kg/globalis_lokalis).
- Kovács László & Szőke Viktória, szerk. (2022): *Két év új normalitás: A koronavírus-járvány (Covid19) gazdasági és társadalmi hatásai.* Szombathely: Savaria University Press.



- Krekó Péter (2022): Dezinformáció, áltudomány és koronavírus-világjárvány szociálpszichológiai megközelítésben. *Magyar Tudomány*, 183. évf. 5. sz. 621–630. o., <https://doi.org/10.1556/2065.183.2022.5.8>
- Kutasi, Kristóf, Júlia Koltai, Ágnes Szabó-Morvai, Gergely Röst, Márton Karsai, Péter Biró & Balázs Lengyel (2022): Understanding Hesitancy with Revealed Preferences Across COVID-19 Vaccine Types. *Sci Rep*, vol. 12, no. 1, p. 13293, <https://doi.org/10.1038/s41598-022-15633-5>
- Labov, William (1966): *The Social Stratification of English in New York City*. Washington: Center for Applied Linguistics.
- Illés Gábor István, Körösényi András & Gyulai Attila (2020): Gátépítéstől az ultipartiig – A természet elleni játszma endogenizálása az Orbán-rezsimben. In: Körösényi András, Szabó Andrea & Böcskei Balázs (szerk.): *Vírusba oltott politika: Világjárvány és politikatudomány*, 17–30. o. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Maciuszek, József, Mateusz Polak, Katarzyna Stasiuk, Dariusz Doliński (2021): Active Pro-vaccine and Anti-vaccine Groups: Their Group Identities and Attitudes Toward Science. *PLoS ONE*, vol. 16, no. 12, e0261648, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261648>
- Mannheim Károly (1928/2000): A nemzedékek problémája. In: Uő: *Tudásszociológiai tanulmányok*, 251–254. o. Budapest: Osiris Kiadó.
- Ságvári, Bence, Márton Karsai & Júlia Koltai (2021): Editorial. *Intersections*, vol. 7, no. 3, pp. 1–6, <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v7i3.963>
- Szőke, Viktória & László Kovács (2022): How Work and Shopping Related Travel Changed During the COVID-19 Pandemic in Western Hungary in 2020. In: Stanley D. Brunn & Donna Gilbreath (eds.): *COVID-19 and a World of Ad Hoc Geographies*, pp. 1515–1533, Cham: Springer, [https://doi.org/10.1007/978-3-030-94350-9\\_82](https://doi.org/10.1007/978-3-030-94350-9_82)
- Uzzoli Annamária, Kovács Sándor Zsolt, Páger Balázs & Szabó Tamás (2021): A hazai COVID-19-járvány-hullámok területi különbségei. *Területi Statisztika*, 61. évf. 3. sz. 291–319. o., <https://doi.org/10.15196/TS610302>
- Veszelszki Ágnes (2020): *Karanténszótár. Virális tartalom*. Budapest: Inter–IKU.
- Veszelszki Ágnes (2021): Fertőző összeesküvés-elméletek. A koronavírus körüli konteók mint mémek. *Magyar Nyelvőr*, 145. sz. 16–31. o., <https://doi.org/10.38143/Nyr.2021.1.16>
- Veszelszki Ágnes (2022): *Karanténszótár 2. Kor- és kórdokumentum*. Budapest: Anyanyelvapolók Szövetsége.
- WHO (2020): Infodemic management: Infodemiology. World Health Organization, <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management>; <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>

# A változó apakép vizsgálata az Instagram-posztok tükrében<sup>1</sup>

Sztáray Kézdy Éva

Károli Gáspár Református Egyetem

Kovácsné Hegedűs Dóra

Semmelweis Egyetem

Az apaság utóbbi évtizedekben megfigyelhető átalakulása eredményeként a tradicionális, elsősorban kenyérkereső, védelmező apa modellje mellett megjelent a gyermekei életébe egyre intenzívebben bevonódó modern apaszerep is. Napjainkban a közösségi média az élet egyre több területét hatja át, így megjelenik a szülőség és az apaság mediatisálódása is. A közösségimédia-szereplők és a sztár apák körében egyre népszerűbb az apaság prezentálása, az új apai trendek megvitatása. Kutatásunk fő célja és kérdése az új apakép és apai identitás feltérképezése a magyar apák Instagram-bejegyzéseink kontextusában. Kvalitatív vizuális és szöveges tartalomelemzéssel elvégzett feltáró kutatásunk eredményei arra mutatnak rá, hogy az Instagramon reprezentált apai identitás a modern, aktívan gondoskodó, gyermekei életébe érzelmileg is bevonódó apa képét ábrázolja. Az Instagramon főként az apaság pozitív, idillikus oldalát helyezik fókuszba, a szülőséggel járó nehezebb pillanatok nem jelennek meg.

**Kulcsszavak:** apai bevonódás, Instagram, közösségi média, modern apaság, mediatisálódás, szövegelemzés

## Examining the changing father image in the light of Instagram posts

As a result of the transformation of fatherhood in recent decades, besides the traditional, primarily breadwinning, protective father model, a modern father role has emerged, according to which the father is increasingly involved in the lives of his children. To date, social media are saturating more and more areas of life, and the mediatisation of parenthood and of fatherhood is on the rise. The presentation of fatherhood and the discussion of new trends in fatherhood are becoming increasingly popular among social media players and celebrity fathers. The main aim and question of this research is to explore the new father image and father identity in the context of Hungarian fathers' Instagram posts. The findings of our explorative research, conducted through quantitative and qualitative textual analysis and visual analysis, point to the fact that the fatherly identity represented on Instagram portrays the image of the modern, actively caring father emotionally involved in his children's lives. The focus on Instagram posts is mainly on the positive, idyllic, side of fatherhood, with the more difficult moments of parenthood not being portrayed.

**Key words:** father's involvement, Instagram, mediatisation, modern fatherhood, social media, text analysis

---

<sup>1</sup> A szerzők a tanulmány alapjául szolgáló kutatást a Károli Gáspár Református Egyetem Bölcsész- és Társadalomtudományi Kara által finanszírozott, „Változó apaszerepek a mai Magyarországon” című, 20766B800 témaszámú pályázatának keretében végezték.

## 1. Bevezetés

Az apaszerep számos változáson ment keresztül a történelem folyamán. A hagyományos kenyérkereső, védelmező apatípustól hosszú út vezetett az aktívan törődő, gyermekei életébe bevonódó apaságig (Sztáray Kézdy & Drjenovszky 2021a).

Egy társadalomban a szülőséggel, különösen a jó szülőséggel kapcsolatos normák és elvárások alakulása erősen függ a történelmi, a gazdasági, a munkaerőpiaci és a kulturális kontextustól, továbbá a szociálpolitikai környezettől, azonban napjainkban a média és különösen a közösségi média hatása is jelentőssé vált. A közösségi média az élet minden szegmensét behálózza, befolyásolja az emberek magatartását, gondolkozását és a világról alkotott képét (Andok 2016). A közösségi média szereplői, akár az influencerek, a bloggerek és a sztár apák körében egyre népszerűbb az apaság prezentálása, az új apai trendek megvitatása és ezek kommunikálása a követőknek (Scheibling 2019).

Kutatásunk fő célja az új apakép és apai identitás feltérképezése az Instagram posztok kontextusában. A posztok értelmezése új mintázatokra és trendekre mutathat rá, amelyek a valós életben nem feltétlen manifesztálódnak nyilván. A témában a legtöbb kutatás az anyák nézőpontja felől közelíti meg a közösségi média szerepét, ezért van szükség az apák és az apaság közösségi médiareprezentációjának vizsgálatára (Salzmann-Erikson & Eriksson 2013).

Kutatásunk elméleti keretozésként először bemutatjuk, milyen változásokon ment keresztül az apák társadalomban és családban betöltött szerepe az elmúlt évtizedekben, majd ismertetjük a szülőség és azon belül az apaság mediatisálásának jelenségét, különös tekintettel a közösségi médiára, azon belül pedig az Instagram felületére. Kutatásunk módszertanának és a szövegtörpusz kialakításának bemutatása után az elméleti keretozés során felvázolt szempontok szerint ismertetjük eredményeinket.

## 2. Apaság a múltban és napjainkban

A 20. század számos átalakulást idézett elő a családok életében, a társadalmi és a gazdasági változások pedig átfórmálták az addig megszokott, tradicionális családi szerepköröket, amelyek szerint az apa feladata fő kenyérkeresőként a család anyagi biztonságának megteremtése, míg az anya a család érzelmi biztonságáért felel, és az ő feladata az otthoni munkák ellátása és a gyermeknevelés (Török 2009, 2011).

A társadalomban bekövetkezett változások lassan formálták a régi, megszokott normákat. A már kétkeresős családmodellekben a 20. század második felében még mindig sokszor az egykeresős modell szerinti szülői szerepek domináltak, így a nőkre kettős teher hárult: a munkában is helyt kellett állniuk, emellett a családi szerepüket továbbra is be kellett tölteniük (Drjenovszky & Sztáray 2023b). A nők végezték tehát a munka mellett továbbra is a gyermeknevelési és a háztartási munkák nagy részét. Cseh-Szombathy László (1979) szerint nemcsak a férfiak konzervatív régi normákat követő magatartása tartotta fent ezt az állapotot, hanem a nők régi megszokott munkakörökhez való ragaszkodása is. Az utóbbi időben azonban míg a háztartási munkák területén továbbra is döntően a hagyományos szerepmintázatok érvényesülnek, jelentős mértékben megnőtt az apák gyermekgondozással töltött ideje (Drjenovszky & Sztáray 2023a), ami az apasággal kapcsolatos elvárások változásának is köszönhető.

Az apákra vonatkozó sokat idézett tipológia (Spéder 2011) szerint megkülönböztethetjük a hagyományos és a modern apaszerepeket. A kenyérkereső vagy hagyományos apaszerep legfontosabb feladata a család anyagi biztonságának előteremtése, életének középpontjában a fizetett munka áll, és ő hozza meg a családi döntéseket is. A hagyományos apa távolságtartó, a gyermekei számára érzelmi és fizikai szinten is elérhetetlen, főbb tulajdonságai szerint erős, sikeres, érzelmeit nem fejezi ki nyilván (Hunter et al. 2017). A tipológia másik pólusa az egalitárius modell értékeit képviselő modern férfi, akinek fontos az emancipáció, és aki szerint mindkét nemnek azonos szinten kell kivenni a részét az otthoni teendőkből és a gyermekneveléssel kapcsolatos feladatokból is. A modern apa életének a gyermeknevelés értelmet és célt ad (Spéder 2011). Glenda Wall és Stephanie Arnold (2007) az „új” apatípust érzelmileg nyitottnak, törődőnek és gyermeke iránt elkötelezettnek írja le, aki szívesen osztja meg párjával a gyerek körüli nevelési, gondozási feladatokat. Az új típusú apa jelen van a gyermek életében, megközelíthető, érzelmileg elérhető a gyermek számára, így gyermekei iránt érzelmileg elkötelezett,

résztevéő apaságról beszélhetünk (*involved fatherhood*) (Sztáray & Drjenovszky 2021). Esther Dermott (2003) a jelenség megragadására új fogalmat vezet be: érzelmi közelség kialakítására törekvő apakként (*intimate fathers*) definiálja az új típusú apákat. Az új típusú férfiidentitást Karla Elliott (2015) gondoskodó férfiaságnak nevezi: a gondoskodó férfi identitásában átlényegülnek a régi férfias értékek, megjelenik az érzelmkifejezés, a gondoskodás és a kapcsolati értékek fontossága.

Az apák otthoni feladatokba és gyermeknevelésbe történő bevonódásáról az utóbbi évtizedekben több tanulmány is készült. Egyértelműen megállapítható, hogy a gyermekgondozással járó feladatok az élvezetesebb nem fizetett munkák közé tartoznak, amelyekből a férfiak egyre nagyobb részt vállalnak (Drjenovszky & Sztáray 2023a). Azt is látjuk azonban, hogy elsősorban inkább az olyan, szórakoztatóbb tevékenységekből veszik ki részüket, mint a szociális és szabadidős tevékenységek, a közös – elsősorban kültéri, fizikai – játékok, az olvasás. A rendszeres, rutinjellegű közvetlen gondozási feladatok, mint például az altatás, a pelenkázás, az etetés és a fürdetés továbbra is jellemzően az anyáknál maradnak (Bianchi et al. 2006, Latshaw & Hale 2016, Parke 2000, Diniz & Sepúlveda 2021).

A gazdasági, a társadalmi és a szociálpolitikai változások nyomán az apaság fent ismertetett újradefiniálása arra is lehetőséget kínál, hogy az apa – akár átmenetileg – elsődleges gondoskodói szerepbe lépjen, úgynevezett otthon maradó apává (*stay-at-home father*) váljon, míg az anya tölti be a fő kenyérkereső szerepét. Ma már nemzetközi és hazai viszonylatban is egyre több apa hagyja el a munkaerőpiacot rövidebb vagy hosszabb időre, és vállalja a családban az elsődleges gondozó szerepét, bár ez a családi modell még mindig kivételesnek számít (Sztáray & Drjenovszky 2021a, 2021b, Drjenovszky & Sztáray 2023a, 2023b).

Az új apakép és apaideál megjelenésével a férfiaknak nagyobb döntési szabadságuk lehet abban, hogy milyen apaként szeretnének a családban működni. A társadalom által ideálisnak vélt apaság jelenleg is változóban van, a modern és a hagyományos apaszerepek egyaránt jelen vannak. Az apáknak nagy kihívást jelent az átalakult társadalmi feltételek között megtalálni a jó és megfelelő apaságot. Kovács Orsolya (2011) is az apaszerep megtalálásának nehézségére világít rá a mai társadalomban, ahol az anyák szerepe és az anyasággal kapcsolatos normák sokkal inkább körülhatároltak, míg az apák előtt nincs elegendő minta ahhoz, hogyan működjenek jó apaként a megváltozott társadalomban. Az apasággal kapcsolatos információszerezésben és a követendő minta megtalálásában napjainkban nagy szerep jut a médiának, azon belül a közösségi médiának.

### 3. A szülőség mediatizálódása a közösségi médiában

Egy társadalom uralkodó normái, szerepei és elvárásai részben tükröződnek a média különböző tartalmaiban, ugyanakkor a médiatartalmak aktívan formálják és alakítják is azt a társadalmi közeget, amelyben létrejöttek (Fairclough 1992). A közösségi média életünk egyre több területén van jelen, és formálja gondolkodásunkat, értékrendünket és identitásunkat (Gündüz 2017). Számos kutatás mutatott rá, hogy a felhasználók körében ütemesen növekszik az olyan szülők jelenléte, akik konkrétan a szülőséget érintő témákat – például a napi eseményeket, a családi programokat, a szülői kihívásokat – vitatják meg (Pew Research Center 2020, Diniz & Sepúlveda 2021, Wardhani & Sekarasih 2021). Ebből következhet, hogy a közösségimédia-plafformok nem csupán reprezentálják, hanem befolyásolják is a gyermekneveléssel kapcsolatos trendeket, mivel a szülők folyamatos információáradattal találkoznak, amely hatást gyakorol a saját szülői szerepeikre.

A szülők gyermekeikről posztolva (*sharenting*) igyekeznek identitásukat, szülőséggel kapcsolatos meggyőződéseiket a közösségi média felületén bemutatni. Lynn S. Clark úgy véli, hogy a megosztások nem racionális döntéseken alapulnak, sokkal inkább egyfajta versengést jelentenek a társadalmi szerepek közötti megfeleléségben, amelyen keresztül a „jó szülői” önmegvalósítás beteljesedhet (Clark 2011: 330). A posztolás motivációi között szerepel a gyermekekkel kapcsolatos dolgok, események családtagokkal és ismerősökkel való megosztásának igénye, a gyermek teljesítményeinek bemutatása (Pew Research Center 2020). Az egyébként a gyermek születését követő kezdeti időszakban gyakoribb megosztások (Wardhani & Sekarasih 2021) során az online közösséggel folytatott kommunikáció segít a szülőknek a stresszel való megbirkózásban is (Bartholomew et al. 2012).

A szülőség mediatizálódása tehát egy olyan területet biztosít a tudomány számára, ahol láthatóvá válnak a családi struktúrák, az újfajta trendek, a családi dinamikák és a szülői szerepekkel kapcsolatos normák változásai.

A kifejezetten apákra fókuszáló blogok, influencerek és professzionális oldalak száma nemzetközi szinten és Magyarországon is emelkedett az elmúlt években, ami jól mutatja, hogy megnövekedett az apák igénye a családi életben való nagyobb részvételre. Casey Scheibling (2020) kutatása szerint az apabloggereknél megfigyelhető a férfiasság újrafogalmazását célzó összehangolt cselekvés azáltal, hogy nyilvánosan népszerűsítik a férfiak azon képességét, hogy gondoskodó apaként az anyák szövetségeseivé váljanak. A márkákkal, a jótékonyági szervezetekkel és az aktivistákkal való kollaboráció egyre nagyobb hatókört ad az apabloggereknek, ami által az apaság kultúrája még népszerűbbé válhat. A szülői szerepekben bekövetkező változásokhoz így egyértelműen hozzájárulhat az apabloggerek kulturális munkája is (Scheibling 2020). Nemzetközi tapasztalatok is azt mutatják, hogy a társadalomban történt változások következtében a médiában megjelenő apakép is megváltozott: nagyobb szerepet kap az apai bevonódás, és az ideális apa érzelmeit kifejező, gondoskodó képe jelenik meg (Miller 2011, Hunter et al. 2017).

Tawfiq Ammari és Sarita Schoenebeck (2015) kutatásuk során apákkal készítettek interjúkat a közösségi média-használattal kapcsolatban. Az eredmények arra mutattak rá, hogy az apák főként azért használják a közösségimédia-platformokat, hogy apasággal kapcsolatos bejegyzéseket archiváljanak, továbbá támogatást kapjanak más apáktól, és megtanuljanak jó apának lenni. A vizsgálat eredményei arra is rávilágítottak, hogy az apák hiányolják a kifejezetten apáknak szóló online tartalmakat, mivel az anyáknak szóló online tartalmak vannak túlsúlyban.

A közösségi média platformjai közül alapvetően a Facebook biztosítja a tematikus csoportok működését, ahol az apák egymás között tudják megbeszélni problémáikat, véleményeiket. A csoport által – főként tapasztalati információk cseréje során – számos előnyhöz juthatnak, amelyek csökkenthetik az információ hiányból adódó szorongást és aggodalmakat. A Facebookon jelenleg is több zárt apacsoport működik.

Az Instagram mint országokat, kultúrákat átívelő virtuális fotóalbum a 21. század egyik népszerű közösségi-média-platformja. Felületén főként az influencerek és bloggerek, digitális tartalomkészítők által létrehozott professzionális oldalak működnek, amelyek tartalmi összetételükben rendkívül sokszínűek. Egyediségét a tartalomalapú hashtag-keresés alapozza meg. Az Instagramon bárki követhet bárkit, a Facebookkal ellentétben itt nem ismerősi tábora van a felhasználónak, hanem követői tábora. Az Instagramon hashtagek segítségével bármelyik felhasználó megoszthat olyan képeket, videókat, amelyek kifejezetten egy tartalomra koncentrálnak. A hashtag alapú keresés segítségével pedig bármelyik felhasználó eljuthat az általa keresett tartalmakhoz. Az Instagram-profilok nem kétirányú kommunikációra épülnek; esetünkben sokkal inkább az apai identitást, az apasággal kapcsolatos ideált igyekeznek prezentálni. Ezek a profilok bepillantást nyújtanak a család mindennapi életébe, dinamikájába, ötleteket és válaszokat adhatnak az apasággal kapcsolatos dilemmákra.

Az Instagram szülőiséggel kapcsolatos professzionális oldalai egyre inkább kezdenek a blogokra hasonlítani, mivel a vizuális tartalmak megjelenítése mellett ma már a bejegyzések is sokkal komplexebbek, és gyakran rövidebb vagy hosszabb szöveggel is ellátják a posztokat. Helen Knauf (2019) német családi blogokkal kapcsolatban végzett kvalitatív szövegelemzést. A 100 leglátogatottabb blog elemzése arra világított rá, hogy a közösségépítés mellett egyfajta önszorgító funkciót is betöltenek, és identitásfejlesztő hatásuk van.

Az Instagram-profilok erős közösségépítő hatásuk mellett sok esetben kereskedelmi célokat is szolgálnak. A marketingcélokkal színezett bejegyzések viszont az apaság Instagramon való értelmezésében erős torzításokhoz vezethetnek. Becker György (2015) arra hívja fel a figyelmet, hogy egyre több cég szponzorál közösségimédia-platformot aktívan használó szülőket, akik a felmerülő kérdések megvitatása kapcsán szponzorált tartalmakat ajánljanak, azaz WOM<sup>2</sup>-ba hozzák. Knauf (2019) tanulmánya szintén alátámasztja, hogy a blogok és a bloggerek egyre meghatározóbb aspektusává vált a kommercializálódás, vagyis a gyerekneveléssel és a szülőiséggel kapcsolatos reklámokon keresztül jutnak nyereséghez. A magyar influencerek vagy akár a közéleti szereplők körében is egyre inkább megfigyelhető jelenséggé válik a kommercializálódás (Marchis & Markos-Kujbus 2019).

Az apaság Instagramon való megjelenítésével kapcsolatban rendkívül kevés tanulmány készült. Az elmúlt időszak legizgalmasabb kutatását Eva Diniz és Rita Sepúlveda (2021) publikálta. A kutatás az apai részvétel Instagramon való megjelenítését vizsgálta a #fatherhood kereső szóval lefedett bejegyzések tartalomelemzésével:

---

2 WOM: word-of-mouth = szóbeszéd.

121 Instagram posztot elemeztünk, és eredményeik arra mutatnak rá, hogy az apák széles körben használják az Instagramot az apaság reprezentálására. A vizsgált bejegyzésekről megállapítható volt, hogy főként a játékot és a szabadidős tevékenységeket posztolják, a közvetlen gondozás alig jelent meg. Az Instagram a blogokkal ellentétben – ahol a gyermeknevelés és az új apaság mélyebb megértésére törekcszenek – inkább a vizuális tartalomra helyezi a hangsúlyt, és az „ideális apaság” performatív szerepét mutatja be.

### 4. A kutatás célja, módszertana és a korpusz kialakítása

Feltáró kutatásunk fő célja a változó apakép és -identitás reprezentációjának feltérképezése a magyar apák apasággal kapcsolatos legnépszerűbb Instagram-bejegyzéseinek elemzése során. A következő kérdésekre keresünk választ:

- Milyen apai identitást és apasággal kapcsolatos attitűdöt jelenítenek meg a magyar apák az Instagram társadalmi környezetében?
- Milyen apatípus fedezhető fel az apák által megosztott Instagram-bejegyzésekben? Megjelenik-e az otthon maradó vagy az aktívan gondoskodó apa típusa?
- A gyereknevelés mely területeit érinti a posztokban megjelenő apai részvétel?
- Milyen érzelmeket és interperszonális kapcsolatokat prezentálnak az apák az általuk megosztott bejegyzésekben?

#### 4.1. Mintavétel és adatgyűjtés

A kutatási kérdések megválaszolására az elemzendő korpuszt több lépcsőben, szakértői mintavétel alapján alakítottuk ki. A vizsgálati populációt az Instagramon nyilvános profillal rendelkező magyar apák által megosztott azon magyar nyelvű posztok alkotják, amelyek apasággal kapcsolatos tartalmakat jelenítenek meg. Adatvédelmi szempontból fontos megjegyezni, hogy a mintavételi keretbe csak a nyilvános, mindenki által elérhető tartalmak kerültek, továbbá az eredmények ismertetése során felhasznált képeken szereplő személyek arcát kitalartuk, és az idézett szövegekben a konkrét személyekre tett utalásokat töröltük.

Kiindulásként az „apa” szóval kezdődő hashtageket térképeztük fel az Instagram keresőmotorjának segítségével, úgy mint #apa, #apalánya, #apafia, #apaság, #apavagyok. A #apa keresőszó a legnagyobb megosztási számú hashtag, azonban mivel a szót magát több nyelvben is használják, számos, a kutatás szempontjából nem releváns posztot is jelöltek ezzel a keresőszóval. Az #apalánya, #apafia pedig alapvetően a lányos és a fiús témájú posztokra szelektálja az apaságot, ami által nem kaphatunk teljes képet az apák önreprezentációjáról. Az #apaság hashtag pedig rendkívül kis számú felhasználható posztot jelölt meg. Végül a mintavételi keretet egyedül a legáltalánosabb és megfelelő számú találatot adó #apavagyok keresőszóra kapott posztok alkották, amely posztokban a hashtagek között megjelent az #apafia, az #apalánya, a #fiúsapa és a #lányosapa is. A keresőszóval jelölt tartalmak száma 2022 augusztus 1-jén 17 948 volt.

A #apavagyok keresőszó által megjelölt 17 948 posztot tovább szűkítettük, először a 300 legkedveltebb (legnépszerűbb) kategóriába rangsorolt bejegyzésekre. A kategória választását az indokolta, hogy az apasággal kapcsolatos legnépszerűbb posztokat rangsorolja, amelyek ezáltal számos Instagram-felhasználóhoz juttatják el az apaságról alkotott üzeneteket. A 300 poszt közül eltávolítottuk a fizetett együttműködés által létrejött posztokat és reklámokat (98), a mémeket és az idézeteket (96), az anyák és az anyabloggerek által megosztott posztokat (32) és videókat (3), valamint az apák által megosztott nem releváns tartalmakat (18).

A tartalmak szűrése után a mintába kerülés kritériumainak megfelelően a 300 posztból 53 apaságot reprezentáló bejegyzés alkotja a mintát,<sup>3</sup> amelyet az Instagram-profilok típusa és megosztási száma szerint tovább cso-

---

<sup>3</sup> A posztok URL linkje a mellékletben található online mappában érhető el, az ott szereplő számozás szerint hivatkozunk rájuk az elemzésben.

portosítottunk digitális tartalomkészítők, influencerek és apabloggerek típusára (27), közéleti szereplőkre (20), valamint egyéb Instagram-felhasználókra (6).

A nem valószínűségi, szakértői mintavételből és az elemzett Instagram-felület sajátosságaiból adódóan eredményeink statisztikai általánosíthatósága korlátozott. Egyrészt ugyanis az #apavagyok címke legnépszerűbb bejegyzéseinek elemzése nem adhat teljes képet az Instagramon megjelenő apaképről, mintánk nem reprezentálja az Instagramon megjelenő apasággal kapcsolatos posztok sokaságát. Másrészt egy-egy #apavagyok poszt nem általánosítható a megosztó teljes profiljának tartalmára sem.

## 4.2. Módszertan

Az Instagramon megjelenő, apákat ábrázoló posztokat elsősorban kvalitatív vizuális és szöveges tartalomelemzéssel vizsgáltuk meg. Az elemzés folyamatában a posztok képi és szöveges tartalmának kódolása során Diniz és Sepúlveda (2021) hasonló témájú vizsgálatának kódrendszeréből indultunk ki, azt adaptáltuk az #apavagyok keresőszóra adott posztokra. A kódolást kiterjesztettük a szövegekre is, valamint az apai részvétel vizsgálatán túl további három dimenziót is kialakítottunk a kutatási kérdéseinkkel összhangban. A vizsgált négy dimenzió tehát a következő:

- az apai identitás és az apasággal kapcsolatos attitűdök,
- az Instagramon megjelenő apatípusok,
- a gyermeknevelésbe való apai bevonódás területei,
- az érzelmek és az interperszonális kapcsolatok megjelenítése.<sup>4</sup>

Az egyes dimenziók feltárásához a posztok képi és szövegtartalmát külön-külön kódoltuk az Atlas.ti szövegelemző szoftver segítségével, de az elemzés során a kép és a szöveg közötti összefüggéseket is feltérképeztük, azaz megvizsgáltuk, hogy a posztokban szereplő képi és szöveges üzenetek miként viszonyulnak egymáshoz, hogyan egészítik ki egymást, hogyan adják meg a poszt együttes jelentését (Barthes 1977).

## 5. Eredmények

### 5.1. Első dimenzió: Az apai identitás és az apasággal kapcsolatos attitűdök értelmezése

Az első dimenzió kategóriái az apai identitást és az attitűdöket ölelik fel, amelyek lényegében határozták meg a posztok tartalmát. Andrek Andrea (2019) úgy véli, hogy az apává válás több szinten zajló folyamat; a gyermek születése után a kialakult új érzések és viselkedési minták hatására a férfi addigi önképe transzformálódik. Az apasággal kapcsolatos attitűdöket megjelenítő posztok a leggyakrabban az apává válás folyamatáról szólnak, a posztoló apáknak tehát fontos az apává válás folyamatának megjelenítése az Instagramon akár vizuális (újszülött gyermek képe), akár szöveges formában: „Apaként sok minden megváltozott az életemben” (4). „Az apává válás egy nagy változás, és ha nem figyelünk oda, biza lemaradhatunk róla” (5).

Az előbb említett folyamat már a várandósság alatt is megkezdődhet, mivel a mai apák nagy része aktívan jelen van a prenatális szakaszban is (Andrek 2019), az apai szerepre való felkészülés már itt kezdetét veszi. Ezt tükrözik például az egyik apablogger bejegyzései, aki saját apává válásának fontosabb momentumait emeli ki, mint például: „Emlékszem, én akkor lettem apa, amikor meghallottam a magzat gyermekem első szívverésének hangját, egy ütött kopott ultrahang gépen az 1980-as évekből” (39).

4 A posztok képi és szövegtartalmának kódolási táblázatait mellékletben elérhető online mappa tartalmazza.

1. kép

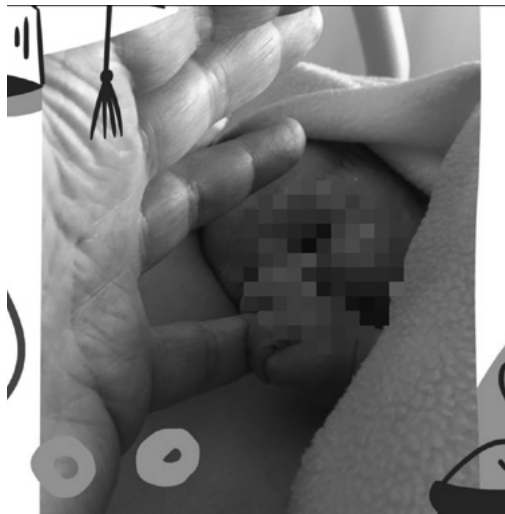
„Amikor a szerelmes pillantás új értelmet nyer”



(39. poszt – apablogger)

2. kép

„A magzat gyermek világnapja”



(1. poszt – influencer)

Az 1. posztban az influencer pedig megosztja, hogy az apává válás során külső hatásokra milyen aggodalmakkal nézett szembe:

...semmi sem lesz ugyan olyan, mint korábban. Sokszor hallottam ezt a mondatot másoktól, akik némi cinikussággal, vagy negatív töltettel mondták ezt nekem. Ami azt sugallta, hogy a gyermek születése utáni időszak már nem is jó, és hogy előtte az igazi az élet.

Az ilyen posztok sok férfinak nyújtanak megerősítést abban, hogy nincs egyedül, sokan hasonló érzéseket élnek át. Az említett témák többnyire olyan képek mellett jelentek meg, amelyeken az apa újszülött gyermekével vagy az újszülött egyedül szerepel.



Az apai szerep és az apai identitás főként a bejegyzések szövegében jelent meg, erre utaló képi ábrázolást nem azonosítottunk. A posztok felhívják a figyelmet az alapértelmezettnek vett anyai szerep mellett az apák szerepére is:

Az apaság fontossága valahogy alulértékelt dolog. ... Nemcsak a köztudatban merül gyakran feledésbe az anyák mellett az apák szerepe, de nekünk férfiaknak is hiányzik a tudatunkból, kultúránkából a férfivá válás fontossága mellett az apává válásé (tisztelet a kivételnek), egészen addig, amíg meg nem tapasztaljuk. (5)

A posztoló nagy létszámú követői tábora miatt ez az üzenet számos felhasználóhoz juthatott el, így kétségtelenül identitásalakító hatása van.

A családban a női szerepek mellett tehát ugyanannyira szükség van a férfiszerepekre is, de mindkét nem hordoz férfias és nőies tulajdonságot. A nemzetközi szakirodalom szerint az új típusú, gondoskodó férfi identitásában átlényegülnek a régi férfias értékek, megjelenik az érzelmkifejezés, a gondoskodás és a kapcsolati értékek fontossága (Elliott 2015, Lee & Lee 2018). Erre világít rá az 5. poszt szövege is: „A nő a férfi másik fele, a párja, társa, kiegészítője. Akkor leszel igazi férfi, ha megtalárod a benned élő nőt is” (5). A posztokban továbbá hangsúlyosan jelenik meg az apai identitás részeként az apai mintaadás fontossága is: „Te a saját példádön keresztül is ezt erősíted, gyermeked is eltanulja” (2).

## 5.2. Második dimenzió: Apatípusok az Instagramon

A szakirodalom alapján a képi és a szöveges bejegyzések szerint három apatípusba soroltuk a posztoló apákat. Megkülönböztettük a gyermekekkel otthon lévő apákat (Drjenovszky & Sztáray 2023a), az érzelmileg elkötelezett, megközelíthető, gondoskodó apákat (Wall & Arnold 2007, Dermott 2003, Elliott 2015) és a hagyományos, elsősorban kenyérkereső szerepet betöltő, távoli apákat (Spéder 2011).

A posztokban nem volt felfedezhető az otthonmaradó apatípus (*stay at home father*), ami arra enged következtetni, hogy az Instagramon még nincsenek jelen ezek az apák, vagy pedig csekély számuk és a jelenség ritkasága miatt nem kerültek be a legnépszerűbb 300 poszt közé.

3. kép  
„Weekend mood ♥”



(53. poszt – egyéb felhasználó)

A gondoskodó, nevelő, érzelmileg nyitott apatípus jelent meg a legtöbbször a posztokban. Erre a típusra az jellemző, hogy aktív részese a gyermek életének, azonban közvetlen gondoskodásra utaló tevékenység mindössze három alkalommal jelent meg a bejegyzésekben, amelyek az alvásról/altatásról, a hordozásról és az öltöztetésről szóltak.

A távoliapa-típusra olyan utalásokból következtettünk, mint például az egyik zenész megjegyzése: „...amikor épp nem koncertezem, igyekszem időm nagy részét velük tölteni” (23). Egy apablogger pedig így ír: „Apaként nem biztos, hogy sok időt tudunk tölteni a gyerekekkel, de fontos, hogy számít ránk” (2).

Gyakran jelent meg a hétvége említése, ami arra enged következtetni, hogy ez az az időszak, amikor az apák aktívabban jelen tudnak lenni a család és a gyermek életében. A következő utalásokat és hashtageket használták: „Családi hétvége”, „Pihenős hétvége”, „Weekend mood”, #szuperhétvége, #weekendvibes.

Összeségében a megjelenő apatípusokat tekintve azt a következtetést lehet levonni, hogy a posztoló apák már aktívan jelen vannak a gyermekek életében, de az otthon maradó apatípus egyáltalán nem jelenik meg a vizsgált posztokban. A távoliapa-típusra több utalás is megjelent, de ez nem zárja ki a gyermek életében való részvételt, illetve annak igényét.

### 5.3. Harmadik dimenzió: A gyermeknevelésbe való apai bevonódás területei

A kódolás során az apai bevonódás négy területét azonosítottuk a posztolt bejegyzésekben és képekben: szabadidős tevékenységek (kirándulás, közös játék, nyaralás stb.); tanítás, nevelés és fejlesztés (értékek, viselkedés, új ismeretek, példamutatás); közvetlen gondoskodás (etetés, altatás, fürdetés, öltöztetés); a gyermek érzelmi támogatása és biztonság. Az apai részvétel kategóriái sokszor átfedésben vagy együttesen jelentek meg a posztokban.

A képeken és a szövegekben is túlsúlyban voltak a szabadidős tevékenységek megjelenítései. Az ebben a kategóriában megjelenő képek mindegyikéről elmondható, hogy pozitív benyomást ébresztenek a megtekintőben. Az apás programok jó hangulatúak, kötetlenek, és idillikusnak hatnak.

A 3. poszt szövege röviden kontextusba helyezi, hogy pontosan mit is látunk a képen: „Egy extra finom fagyi, egy extra szép környezetben, a legextrább kisfiúval a világon!”

#### 4. kép

*„Egy extra finom fagyi, egy extra szép környezetben,  
a legextrább kisfiúval a világon!”*



(3. poszt – influencer)

5. kép  
 „Játékban úszik minden”



(47. poszt – apablogger)

A 47. posztban is a kép és a szöveg összhangja szerint: „Minden nap játékban úszik az egész ház, délutánra eluralkodik rajtuk az azt akarok csinálni, amit én akarok szindróma!” A szabadidős tevékenységek mindegyikére jellemző volt, hogy az apák megosztották a gyermekükkel közösen töltött időt, ezek tehát egyfajta élménybeszámoló érzését keltették.

A második leggyakrabban előforduló kód a gyermekek tanítása, erkölcsi nevelése, fejlesztése volt, ami arra enged következtetni, hogy az apák a játékon kívül egyre több területen vonódnak be a gyermekek életébe. A vizsgált posztokról megállapítható, hogy az apák nagy hangsúlyt fektetnek a gyermekek erkölcsi nevelésére, a helyes normák és szabályok kialakítására, és mindezek mellett az új dolgok tanítására és a gyermekek fejlesztésére. Ezeket a pillanatokot és tapasztalatokat pedig szívesen osztják meg. A neveléssel és a példamutatással kapcsolatos kérdések és témák hosszas fejtegetése főleg az apabloggerekre és az influencerekre volt jellemző, az egyéb felhasználók inkább a vizuális tartalmakra helyezték a fókuszot. Bár a szakirodalmi áttekintés szerint (Diniz et al. 2021) ellentmondóak az eredmények az apai bevonódás és a gyermek életkora közötti összefüggés tekintetében, az általunk vizsgált posztoknál megfigyelhető volt, hogy minél nagyobbak a gyerekek, annál inkább vált a programok részévé az apa. A bejegyzésekben az apákra jellemző volt egyfajta ösztönzés az új dolgok tanulására.

6. kép  
 „Van, amit nem lehet elég korán elkezdni tanítani a gyerekeidnek!”



(12. poszt – apablogger)

A 12. posztban a képek összefüggésben voltak a szöveggel: „Van, amit nem lehet elég korán elkezdni tanítani a gyermekeidnek. A demokrácia, szabadság az egyik ilyen.” A tanítás fontosságára helyezi a posztoló a hangsúlyt, viszont közös szabadidős programként is értelmezhető a szöveg további részei alapján.

A 49. poszt szövege kontextusba helyezi a képet, amelyről megtudhatjuk, hogy apa készítette a játékot, és szívesen tölti az idejét gyermeke fejlesztésével: „Minden zsinór, görgő, kapcsoló, dugvilla, csengő, amit egyébként szeret húzni, rágni, babrálni most egy helyen megtalálja. Szokatlan még neki, hogy nem szólunk rá, amikor ezekkel babrál.”

7. kép  
„Barkácsolás apával”



(49. – poszt rádiós)

A közvetlen, fizikai gondoskodásban való részvétel viszont kevésbé jelent meg a vizsgált posztok között, aminek oka az lehet, hogy a közösségimédia-felületekre nem posztolnak fürdetős és pelenkázós képeket a gyermek meztelensége miatt (Ammari et al. 2015). Ezért a posztok képi tartalma alapján nem tudhatjuk, hogy ilyen tevékenységben milyen mértékben vesznek részt az apák. A szövegekben mindössze két helyen, a képeken pedig öt esetben volt azonosítható az apák részvétele a gyermekek közvetlen gondozásában. Ezekre példa volt az öltöztetés, a hordozás és elsősorban az altatás, amely az apa-gyermek közötti kötődést is szimbolizálhatja (Diniz & Sepúlveda 2021).

8. kép  
„Boldog első hónapot!”



(11. poszt – színész)

A 11. poszt szövegéből kiderül, hogy az apa aktív részese a baba gondozásának: „A holtpontok, a nagy nevetések, az órákon át tartó altatások, a belebújás, az illata, a gyönyörködés, a tekintete, a nem alvás, az aggodás, a szerelem.” Követőinek ezzel azt az üzenetet közvetíti, hogy az apaságnak fontos része a gyermek körüli teendők aktív ellátása is. Az 51. poszt üzenete a mindennapi rutinban való részvételre enged következtetni, és a megosztó az apai gondoskodást igyekszik kifejezni. A leíró szöveg a kép kiegészítésére szolgált, amelyben az apa tovább erősítette, hogy szívesen és örömmel vesz részt ebben a feladatban: „Én jobban élvezem az öltöztetést, mint a kiscsajom!”

9. kép

„Én jobban élvezem az öltöztetést, mint a kiscsajom!”



(51. poszt – digitális tartalomkészítő)

A posztok szövegében több alkalommal is felfedezhető volt az apa mint érzelmi támogató, biztonságot megteremtő személy. Az érzelmi támogatás főként a hosszabb terjedelmű szövegekben volt észlelhető, profiltípusokat tekintve pedig az apabloggerek, az influencerek és a digitálistartalom-készítők írtak róla. A vizsgált posztokban megjelenő érzelmi és biztonsági támaszt nyújtó apa képe összhangban van Michael E. Lamb (2010) megállapításával, amely szerint az apák betöltik a biztonságos menedék szerepkörét annak ellenére is, hogy általánosságban kevesebb időt töltenek a gyermekeikkel, mint az anyák. Az apai szerep meghatározó, biztonságot megteremtő szerepére hívja fel a figyelmet a 30. poszt is, ahol a szöveg kiegészíti a képen látottakat: „...még erő van a két kezemben támasza leszek, ha elfáradna!”

10. kép

„Vajon ezek a lábacskák milyen utat fognak bejárni?”



(30. poszt – digitális tartalomkészítő)

#### 5.4. Negyedik dimenzió: Érzelmek és interperszonális kapcsolatok reprezentációja

Az érzelmek és az interperszonális kapcsolatok kifejezését felölelő dimenzióról általánosságban megállapítható, hogy a posztoló apák kommunikációjában hangsúlyosan jelenik meg az új apatípusra jellemző érzelmkifejezés és a kapcsolati értékek fontossága (Elliott 2015, Lee & Lee 2018). Az érzelmeken belül az apai szeretet változatos kifejeződése jelenik meg a leggyakrabban, profiltípusok szerint pedig az influencers és a színészek alkalmazták a szeretet vizuális megjelenítéseit a leginkább.

A fiús és a lányos apák posztjai nem mutatnak jelentős különbséget: mindkét esetben megjelenik a büszkeség, amit a szövegek is alátámasztanak. Fiús apák így posztolnak: „A fiammal meg van egy erős kötelék, ami olyan pasis dolog” (4), „Egy fiúgyermek óriási büszkeség egy apa számára, legalábbis én ezzel így vagyok” (4), „Büszke vagyok rád kisfiam” (25), „Már most felnézek rád” (44).

Egy lányos apa posztjában az apai szeretetet és büszkeséget pedig a következőképpen fejezi ki: „Apának lenni a legcsodálatosabb, legkirályosabb, legmenőbb dolog a világon!” (22). A szöveg további részében pedig párjának köszöni meg, hogy apává válhatott.

11. kép  
„Már most felnézek rád”



(44. poszt - színész)

12. kép  
„Apának lenni a legcsodálatosabb dolog a világon!”



(22. poszt – egyéb felhasználó)

Az apák lánygyermekükkel közös képei viszont jellemzően a fizikai közelség és a megóvás érzését keltik a nézőben, a szeretet jellemzőbb megnyilvánulása az összébújás és a puszi az apa–fiú-kapcsolat megjelenítéséhez képest. A mosolygás pedig az apa–fia-kapcsolatok megjelenítésében fordult elő gyakrabban.

Az apák posztolásai között gyakori volt a család és a csak a testvéreket ábrázoló képek megosztása, amelyek egyfajta reprezentációt kínálnak a családtagokról (Allaby & Shannon-Mccallum 2019). Az influencerek gyakran emelték ki posztjaikban a család fontosságát. Ezekre a posztokra jellemző volt az érzelmesség, az összetartozás fontosságának kihangsúlyozása, mint például: „Mindegy, hogy merre járunk, a lényeg, hogy együtt legyünk” (37). A kategóriában gyakran használt hashtagek a következők voltak: *#együtt*, *#család*.

### 13. kép

*„Akikkel mindig, minden körülmények között, minden kerek!”*



*(26. poszt – influencer)*

A 26. poszt üzenete is egyértelműen a család fontosságának és a családdal töltött idő értékének reprezentálása: „Akikkel mindig minden körülmények között, minden kerek.”

## 6. Következtetések

Az Instagramon nyilvános profillal rendelkező magyar apák által az apasággal kapcsolatban megosztott legnépszerűbb tartalmak vizsgálata alapján megállapítható, hogy a közösségi médiában is megjelenik az új, a gyermek életében részt vevő apai identitás.

A posztok vizuális és textuális részeinek elemzése rávilágít, hogy azokban elsősorban a modern, érzelmileg nyitott, törődő és gyermeke iránt elkötelezett új, modern apatípus jelenik meg (Wall & Arnold 2007), aki párjával szívesen osztja meg a gyerek körüli nevelési-gondozási feladatokat. Ezt az identitást a posztoló apák pozitívan és büszkén vállalják fel az Instagramon. Ez alátámasztja Tina Miller 2011-es megállapítását, amely szerint a médiában megjelenő apakép is megváltozott: az ideális apa érzelmeit kifejező, gondoskodó képe jelenik meg.

Az apai bevonódás elsősorban a szabadidős tevékenységek köré csoportosult. Az apaságukról posztoló férfiak szívesen töltik gyermekükkel az időt – derül ki a képekből és a kiegészítő szövegekből. Főként a kültéri programok vizuális megjelenítése volt felülreprezentált a kategóriában. Eredményünk összhangban van Diniz és Sepúlveda 2021-es apasággal kapcsolatos Instagram-posztok vizsgálatának tapasztalataival, amelyek szerint az apák a könnyed szabadidős tevékenységekben való részvételt jelenítik meg posztjaikban.

A tanítással, a neveléssel és a fejlesztéssel kapcsolatos bejegyzések gyakorisága szerint az apák fontosnak tartják, hogy gyermekeiknek jó példát mutassanak és megfelelő normákat alakítsanak ki, mindemellett új dolgokat is tanítsanak. Ugyanígy hangsúlyosan jelenik meg a gyermekeknek nyújtott érzelmi biztonság és támogatás is.

Végül megállapítható, hogy az apák Instagram-posztjaikban szívesen fejezik ki szeretetüket gyerekeik és család iránt is, tehát kommunikációjukban megjelenik az érzelm kifejezés és a kapcsolati értékek fontossága; ezek szintén az új típusú, modern apaidentitás fontos összetevői. Az Instagramon is hangsúlyosan jelenik meg tehát a modern, aktívan gondoskodó apai identitás, de főként az apaság pozitív, idillikus oldala kerül fókuszba, és a szülősséggel járó nehezebb pillanatok nem jelennek meg.

Elemzésünk rávilágított egyebek mellett arra is, hogy a közösségimédia-felületen tevékenykedő influencerek és apabloggerek tartalomfelépítésében meglehetősen népszerűnek számítanak a szülői szerephez és az apasághoz köthető témák. Az apák bejegyzései már nemcsak a vizuális megjelenítésre korlátozódtak, a kísérő szövegek és a hashtagek alkalmazásával komplexebben fejezték ki identitásukat.

Eredményeink értékelése során azonban szükségesnek tartjuk ismételten megjegyezni, hogy a mintavételből és az elemzett Instagram-felület sajátosságaiból adódóan azok általánosíthatósága korlátozott. Ugyanis egyrészt az #apavagyok címke bejegyzéseinek egy részének elemzése nem adhat teljes képet az Instagramon megjelenő apaképről, másrészt – ha csak a nyilvános Instagram-fiókok #apavagyok címkéjével ellátott bejegyzéseit vizsgáljuk – arra is számítani kell, hogy a privát fiókokból származó releváns bejegyzések kimaradnak. A bejegyzésekre érkezett reakciók figyelmen kívül hagyása szintén korlátozó hatású, hiszen a megjelenő apakép társadalmi megítélése így nem volt értelmezhető. A kutatás nagyobb mintán való végrehajtása és a fentebb említett korlátok kiküszöbölése által átfogóbb képet kaphatnánk a magyar apák Instagramon való reprezentációjáról és a változó apakép társadalmi megítéléséről.

## Mellékletek

### 1. számú melléklet: képek kódolási táblázata

Kód csoportok	Kódok
<b>k.1. Apai bevonódás területei</b>	k.1.1. Közvetlen gondoskodás (altatás, etetés, fürdetés, öltöztetés)
	k.1.2. Szabadidős tevékenység (játék, kirándulás, nyaralás)
	k.1.3. Tanítás, példamutatás, fejlesztés
<b>k.2. Interperszonális kapcsolatok megjelenése</b>	k.2.1. Apa-anyanya-gyerek kapcsolat
	k.2.2. Apa-fiú kapcsolat
	k.2.3. Apa-lánya kapcsolat
	k.2.4. Testvér kapcsolat
<b>k.3. Kép üzenete</b>	k.3.1. Az apaság pozitív
	k.3.2. Család fontossága
	k.3.3. Humor
	k.3.4. Születés
	k.3.5. Ünnepek
<b>k.4. Képek struktúrája</b>	k.4.1. Beltéri kép
	k.4.2. Egy fotó
	k.4.3. Kültéri kép
	k.4.4. Pillanatkép
	k.4.5. Pózoló fotó
	k.4.6. Több fotó



<b>k.5. Képeken szereplő személyek</b>	k.5.1. Apa egyedül a képen
	k.5.2. Apa gyerekekkel a képen
	k.5.3. Apa gyerekekkel a képen
	k.5.4. Barátok a képen
	k.5.5. Családi fotó
	k.5.6. Gyerek egyedül a képen
	k.5.7. Gyerekek egyedül a képen
	k.5.8. Szülők gyerek nélkül a képen
<b>k.6. Képeket kiegészítő szöveg</b>	k.6.1. Csak cím (nincs szöveg)
	k.6.2. Hosszabb szöveg
	k.6.3. Rövidebb szöveg
<b>k.7. Megjelenő apatípus</b>	k.7.1. Gondoskodó apa, aki jelen van a gyermek életében
	k.7.2. Közvetlen gondoskodó apa (etetés, altatás, öltöztetés)
	k.7.3. Gyermekével otthon maradó apa
	k.7.4. Távoli apa, aki kevés időt tud gyermekével tölteni
<b>k.8. Megosztó profil</b>	k.8.1. Apablogger
	k.8.2. Digitális tartalomkészítő
	k.8.3. Egyéb felhasználó
	k.8.4. Influencer
	k.8.5. Közéleti szereplő (énekes)
	k.8.6. Közéleti szereplő (politikus)
	k.8.7. Közéleti szereplő (rádiós)
	k.8.8. Közéleti szereplő (riporter)
	k.8.9. Közéleti szereplő (színész)
<b>k.9. Szeretet kifejezése a képeken</b>	k.9.1. Érintés
	k.9.2. Érzelmet nem kifejező kép
	k.9.3. Mosolygás
	k.9.4. Ölelés
	k.9.5. Összebújás
	k.9.6. Puszi

## 2. számú melléklet: szövegek kódolási táblázata

Kód csoportok	Kódok
<b>sz.1. A poszt üzenete</b>	sz.1.1. Apák a szülőségről
	sz.1.2. Apasággal kapcsolatos emlékek, történetek
	sz.1.3. Az apaság pozitív
	sz.1.4. Gyereknevelés általánosságban
	sz.1.5. Humor
	sz.1.6. Negatív üzenet apaságról (másoktól)
	sz.1.7. Nemi szerepekkel kapcsolatos említések
<b>sz.2. Apai bevonódás területei</b>	sz.2.1. Gyermek érzelmi támogatása
	sz.2.2. Közvetlen gondoskodás: etetés, altatás, fürdetés
	sz.2.3. Szabadidős tevékenység: kirándulás együtt, közös játék, közös programok
	sz.2.4. Tanítás, nevelés: értékek, viselkedés, új ismeretek, példamutatás

## A változó apakép vizsgálata az Instagram-posztok tükrében

<b>sz.3. Apasággal kapcsolatos attitűdök</b>	sz.3.1. Apa szerepe
	sz.3.2. Apai mintázat
	sz.3.3. Apai szeretet
	sz.3.4. Apává válás
	sz.3.5. Dilemmák az apasággal kapcsolatban
	sz.3.6. Változó apaszerep
	sz.3.7. Változó férfiasság
<b>sz.4. Apatípusok</b>	sz.4.1. Apa, aki kevés időt tud a gyerekével/gyerekekivel tölteni
	sz.4.2. Közvetlen gondoskodó apa (etetés, altatás, öltöztetés)
	sz.4.3. Gondoskodó, nevelő, érzelmileg nyitott apa, aki jelen van
	sz.4.4. Gyermekével otthon maradó apa
<b>sz.5. Interperszonális kapcsolatok</b>	sz.5.1. Anya említése
	sz.5.2. Apa-fia kapcsolat említése
	sz.5.3. Apa-lánya kapcsolat említése
	sz.5.4. Apa-gyerek kapcsolat általában
	sz.5.5. Család fontosságának említése
	sz.5.6. Párkapcsolat említése
	sz.5.7. Testvér kapcsolat említése
<b>sz.6. Megosztó profil</b>	sz.6.1. Apablogger
	sz.6.2. Digitális tartalomkészítő
	sz.6.3. Egyéb felhasználó
	sz.6.4. Influencer
	sz.6.5. Közéleti szereplő (énekes)
	sz.6.6. Közéleti szereplő (politikus)
	sz.6.7. Közéleti szereplő (rádiós)
	sz.6.8. Közéleti szereplő (riporter)
	sz.6.9. Közéleti szereplő (színész)
<b>sz.7. Szöveg terjedelme</b>	sz.7.1. Csak cím
	sz.7.2. Hosszabb szöveg
	sz.7.3. Rövidebb szöveg
<b>sz.8. Ünnepek és mérföldkövek</b>	sz.8.1. Mérföldkő: születés
	sz.8.2. Ünnepek

### 3. számú melléklet: az elemzett bejegyzések URL linkje

1. poszt: <https://www.instagram.com/p/CZrweP8PgS0/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
2. poszt: <https://www.instagram.com/p/CaPzg7FuulH/>
3. poszt: <https://www.instagram.com/p/CRoulpMBE53/>
4. poszt: <https://www.instagram.com/p/CPGoJYmBhQi/>
5. poszt: <https://www.instagram.com/p/Cf1LxAco4WN/>
6. poszt: <https://www.instagram.com/p/CQon1YyhM8b/>
7. poszt: <https://www.instagram.com/p/CTzzWgpoQuv/>
8. poszt: <https://www.instagram.com/p/CQBywWaBWGk/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
9. poszt: <https://www.instagram.com/p/CcnnsQzoDuj/>
10. poszt: <https://www.instagram.com/p/Ce-dx1Luvxp/>

11. poszt: <https://www.instagram.com/p/CDYaelkgzWv/>
12. poszt: <https://www.instagram.com/p/CGsYksGhV1D/>
13. poszt: <https://www.instagram.com/p/CZCnjBuIjrz>
14. poszt: <https://www.instagram.com/p/CQOq9JUnZvH/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
15. poszt: <https://www.instagram.com/p/CJWiRIFBRTB/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
16. poszt: <https://www.instagram.com/p/CMcwgWheeC/>
17. poszt: <https://www.instagram.com/p/CJBZN5UDdFj/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
18. poszt: <https://www.instagram.com/p/B6dIZt8ht7Y/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
19. poszt: <https://www.instagram.com/p/CBgcnqThs3a/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
20. poszt: <https://www.instagram.com/p/CYRwOXJlId8/>
21. poszt: <https://www.instagram.com/p/CWOUC7KqJeG/>
22. poszt: <https://www.instagram.com/p/CQWscR2BDm-/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
23. poszt: <https://www.instagram.com/p/CUHjzL9rxeo/>
24. poszt: [https://www.instagram.com/p/CQq2\\_ZMBOjy/](https://www.instagram.com/p/CQq2_ZMBOjy/)
25. poszt: <https://www.instagram.com/p/CfE2HO4tIIA/>
26. poszt: <https://www.instagram.com/p/CUIkK8zIFTT/>
27. poszt: <https://www.instagram.com/p/CWF1sqDoWn6/>
28. poszt: <https://www.instagram.com/p/B5pnUAihiJB/>
29. poszt: <https://www.instagram.com/p/CfHNcgnssg7/>
30. poszt: <https://www.instagram.com/p/CI5I5AbBhpY/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
31. poszt: <https://www.instagram.com/p/CQbdL82Bn5L/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
32. poszt: TÖRÖLT bejegyzés
33. poszt: <https://www.instagram.com/p/CQvtiP7huKE/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
34. poszt: <https://www.instagram.com/p/COf1r7OBACe/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
35. poszt: [https://www.instagram.com/p/CQq2\\_ZMBOjy/](https://www.instagram.com/p/CQq2_ZMBOjy/)
36. poszt: TÖRÖLT poszt <https://www.instagram.com/p/CFXgvVYKIiu/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
37. poszt: <https://www.instagram.com/p/CJmF5E5ho4z/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
38. poszt: [https://www.instagram.com/p/CV5\\_7TAIJTm/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D](https://www.instagram.com/p/CV5_7TAIJTm/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D)
39. poszt: <https://www.instagram.com/p/CMzyBAnF64v/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
40. poszt: <https://www.instagram.com/p/CTaZvLQgSiy/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
41. poszt: <https://www.instagram.com/p/CLbLmkDF3gk/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
42. poszt: <https://www.instagram.com/p/CZKcRT0IIRq/>
43. poszt: <https://www.instagram.com/p/CLpPZ6gh8C1/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
44. poszt: [https://www.instagram.com/p/B1\\_mjNFhkru/](https://www.instagram.com/p/B1_mjNFhkru/)
45. poszt: <https://www.instagram.com/p/BwE3pvcgoYU/>
46. poszt: <https://www.instagram.com/p/CKMx9HEB0Wy/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
47. poszt: <https://www.instagram.com/p/B-cxebKBxWw/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
48. poszt: [https://www.instagram.com/p/B\\_KyEUFBbeQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D](https://www.instagram.com/p/B_KyEUFBbeQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D)
49. poszt: [https://www.instagram.com/p/CW\\_BWQDoE3j/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D](https://www.instagram.com/p/CW_BWQDoE3j/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D)
50. poszt: <https://www.instagram.com/p/B1R0wVSBj4J/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
51. poszt: <https://www.instagram.com/p/CbqDLYiMDOG/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
52. poszt: <https://www.instagram.com/p/CFpUdk7HK7-/>
53. poszt: [https://www.instagram.com/p/CPv4b4yBo\\_s/](https://www.instagram.com/p/CPv4b4yBo_s/)

## Irodalom

- Allaby, Michaela & Charlene S. Shannon (2019): "I Just Want to Keep in Touch": Adolescents' Experiences With Leisure-Related Smartphone Use. *Journal of Leisure Research*, vol. 51, no. 3, pp. 1–19, <https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1672506>
- Andok Mónika (2016): *Digitális média és mindennapi élet. Konvergencia, kontextus, közösségi média*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Andrek Andrea (2019): *A szülő–magzat kötődést befolyásoló tényezők vizsgálata párkapcsolati és intergenerációs kapcsolati jellemzők figyelembevételével*. PhD Disszertáció, ELTE PPK Pszichológiai Doktori Iskola Magatartápszichológiai Program, Budapest.
- Ammari, Tawfiq, Priya Kumar, Cliff Lampe & Sarita Schoenebeck (2015): Managing Children's Online Identities: How Parents Decide what to Disclose about their Children Online. *Proceedings of the 33<sup>rd</sup> Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1895–1904, <https://doi.org/10.1145/2702123.2702325>
- Ammari, Tawfiq & Sarita Schoenebeck (2015): Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. *Proceedings of the 33<sup>rd</sup> Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*: pp. 1905–1914, <https://doi.org/10.1145/2702123.2702205>
- Bartholomew, Mitchell K., Sarah J. Schoppe-Sullivan, Michael Glassman, Claire M. Kamp Dush & Jason M. Sullivan (2012): New Parents' Facebook Use at the Transition to Parenthood. *Family Relations*, vol. 61, no. 3, pp. 455–469, <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x>
- Barthes, Roland (1977): Rhetoric of the Image. In: Stephen Heath (ed.): *Image, Music, Text*, pp. 15–32. London: Fontana.
- Becker György (2015): A posztmodern és az iGeneráció. In: Kósa Éva (szerk.): *Médiaszocializáció*, 119–154. o. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság.
- Bianchi, Suzanne M., P. John Robinson & Meliss A. Milkie (2006): *Changing Rhythms of American Family Life*. New York: Russel Sage.
- Clark, Lynn S. (2011): Parental Mediation Theory for the Digital Age. *Communication Theory*, vol. 21, no. 4, pp. 323–343, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2011.01391.x>
- Cseh-Szombathy László (1979): *Családszociológiai problémák és módszerek*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Dermott, Esther (2003): The 'Intimate Father': Defining Paternal Involvement. *Sociological Research Online*, vol. 8, no. 4, pp. 28–38, <https://doi.org/10.5153/sro.859>
- Diniz, Eva & Rita Sepúlveda (2021): Depicting #fatherhood Involvement on Instagram: Caregiving, Affection, and Stimulation. *Communication and Society*, vol. 35, no. 4, pp. 1–18, <https://doi.org/10.15581/003.35.4.1-18>
- Diniz, Eva, Tânia Brandão, Lígia Monteiro & Manuela Veríssimo (2021): Father Involvement During Early Childhood: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Family Theory & Review*, vol. 13, no. 1, pp. 77–99, <https://doi.org/10.1111/jftr.12410>
- Drjenovszky Zsófia & Sztáray Kézdy Éva (2021): Kisgyermekes szülők a munkaerőpiacon: otthonlévő apák – dolgozó anyák (I. rész). Otthonlévő apák tapasztalatai. *Új Munkaügyi Szemle*, 2. évf. 4. sz. 32–42. o.
- Drjenovszky Zsófia & Sztáray Kézdy Éva (2023a): A munka és a magánélet közti egyensúly alakulása a kisgyermekkel otthon lévő apák családjában. *Szociológiai Szemle*, 33. évf. 2 sz. 29–55. o., <https://doi.org/10.51624/szocszemle.2023.2.2>
- Drjenovszky Zsófia & Sztáray Kézdy Éva, (2023b): The Distribution of Unpaid Domestic Work in Hungarian Stay-at-Home Father—Working-Mother Families. *Social Sciences*, vol. 12, no.3, pp. 97–114, <https://doi.org/10.3390/socsci12030116>
- Elliott, Karla (2015): Caring Masculinities: Theorizing an Emerging Concept. *Men and Masculinities*, vol. 19, no. 3, pp. 240–259, <https://doi.org/10.1177/1097184X1557620>
- Fairclough, Norman (1992): *Discourse and Social Change*, Cambridge: Polity Press.
- Gündüz, Uğur (2017): The Effect of Social Media on Identity Construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences* vol. 8, no. 5, pp. 85–92, <https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0026>

- Hunter, Sara C., Damian, W. Riggs, & Martha Augoustinos (2017): Constructions of Primary Caregiving Fathers in Popular Parenting Texts. *Men and Masculinities*, vol. 23, no. 1, pp. 150–169, <https://doi.org/10.1177/1097184X177305>
- Knauf, Helen (2019): Disenchantment of the Family Mediatisation of Parenthood. *MedienPädagogik, Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* (Occasional Papers), pp. 156–173, <https://doi.org/10.21240/mpaed/00/2019.12.03.X>
- Kovács Orsolya (2011): *A kenyérkereső apától a bevonódó apáig – Az apaszerep változása és körképe napjainkban*. Tudományos Diákköri Dolgozat. Budapesti Corvinus Egyetem, [http://publikaciok.lib.uni-corvinus.hu/publikus/tdk/KO\\_20110328143421.pdf](http://publikaciok.lib.uni-corvinus.hu/publikus/tdk/KO_20110328143421.pdf)
- Latshaw, Beth A. & Stephanie I. Hale (2015): The Domestic Handoff: Stay-at-home fathers' time-use in female breadwinner families. *Journal of Family Studies*, vol. 22, no. 2, pp. 97–120, <https://doi.org/10.1080/13229400.2015.1034157>
- Lamb, Michael E. (2010): How do Fathers Influence Children's Development? Let Me Count the Ways. In: Michael E. Lamb (ed.): *The Role of the Father in Child Development*, pp. 1–27. Cambridge: John Wiley & Sons & University of Cambridge.
- Lee, Joyce Y., & Shawna J. Lee (2018): Caring is Masculine: Stay-at-home Fathers and Masculine Identity. *Psychology of Men & Masculinity*, vol. 19, no. 1, pp. 47–58, <https://doi.org/10.1037/men0000079>
- Marchis Andrea & Markos-Kujbus Éva (2019): „Minden jó influencer...” Avagy hogyan lehet hiteles egy Instagram mikroinfluencer az ügynökségek és az influencerek szerint? In: Csordás Tamás & Varga Ákos (szerk.): *DMMD adapter – Tanulmányok a digitális marketing, média és design területéről*, 19–33. o. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Miller, Tina (2011): “Falling Back into Gender? Men's Narratives and Practices Around Firsttime Fatherhood.” *Sociology*, vol. 45, no. 6, pp. 1094–109, <https://doi.org/10.1177/0038038511419180>
- Parke, Ross D. (2000): Father Involvement: A Developmental Psychological Perspective. *Marriage & Family Review*, vol. 29, nos. 2–3, pp. 43–58, [https://doi.org/10.1300/J002v29n02\\_04](https://doi.org/10.1300/J002v29n02_04)
- Pew Research Center (2020): *Parenting Children in the Age of Screens*, <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/parents-attitudes-and-experiences-related-to-digital-technology/>.
- Salzmann-Erikson, Martin & Henrik Eriksson (2013): Fathers Sharing about Early Parental Support in Health-Care Virtual Discussions on an Internet Forum. *Health & Social Care in the Community*, vol. 21, no. 4, pp. 381–390, <https://www.doi.org/10.1111/hsc.12028>
- Scheibling, Casey (2019): Doing Fatherhood Online: Men's Parental Identities, Experiences, and Ideologies on Social Media. *Symbolic Interaction*, vol. 43, no. 3, pp. 472–492, <https://doi.org/10.1002/symb.459>
- Scheibling, Casey (2020): “Real Heroes Care”: How Dad Bloggers Are Reconstructing Fatherhood and Masculinities. *Men and Masculinities*, vol. 23, no. 1, pp. 3–19, <https://doi.org/10.1177/1097184X18816506>
- Spéder Zsolt (2011): Ellentmondó elvárások között... In: Nagy Ildikó & Pongrácz Tiborné (szerk.): *Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről*, 207–228. o. Budapest: TÁRKI & Nemzeti Erőforrás Minisztérium.
- Sztáray Kézdy Éva & Drjenovszky Zsófia (2021a): Gondoskodásviszonyok a gyermekükkel otthon lévő apák családjában Magyarországon. *Társadalomtudományi Szemle*, 11. évf. 4. sz. 138–161. o., <https://doi.org/10.18030/socio.hu.2021.4.138>
- Sztáray Kézdy Éva & Drjenovszky Zsófia (2021b): Hungarian Stay-at-Home Fathers: A New Alternative for Family Wellbeing. *Social Sciences*, vol. 10, no. 6, p. 197, <https://doi.org/10.3390/socsci10060197>
- Török Emőke (2009): A banausziától a bérmunkáig. Változások a munka értelmezésében. *Szociológiai Szemle*, 19. évf. 4. sz. 43–67. o.
- Török Emőke (2011): „Nem érzi olyan teljes egésznek”: Női munkaértelmezések és a női munkavállalás motivációi. *Közéletések*, 1. évf. 2. sz. 41–68. o. [https://uni-milton.hu/wp-content/uploads/2021/01/kozelitesek\\_2011\\_02.pdf](https://uni-milton.hu/wp-content/uploads/2021/01/kozelitesek_2011_02.pdf)
- Wall, Glenda & Stephanie Arnold (2007): How Involved Is Involved Fathering? *Gender & Society*, vol. 51, no. 4, pp. 508–527, <https://doi.org/10.1177/089124320730497>
- Wardhani P. & Sekarasih L. (2021): Parental Decisions on Sharing Their Children's Private Information on Social Media among Families in Jakarta Area. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, vol. 25, no. 2, pp. 127–136, <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.1161121>

# Egészség(ügy)ünkre!

## Katona Norbert és Szabó Rita *Marketing- és PR-tevékenység az egészségügyben* című könyvéről

**Szondi György**

Budapesti Gazdasági Egyetem

Az egészségügyi piacon működő szervezetek száma folyamatosan nő, így az egyre erősödő verseny is megkívánja, hogy e szervezetek sokkal tudatosabban, szervezettebben és professzionálisabban kínálják szolgáltatásaikat vagy termékeiket az egyre öntudatosabbá váló és egyre magasabb elvárásokat támaztó pácienseknek. Az egészségügyi kommunikáció szerepe már a koronavírus-járványt megelőzően is felértékelődött, nemcsak az egészségipar területén működő szervezetek és célcsoportjaik között, hanem társadalmi szinten is. A Médiakutató több cikke is foglalkozott már az egészségügyi kommunikációval, legutóbb például annak alkotmányos kereteivel (Polyák & Nagy 2021).

Az egészségügyi piacbefolyásolás két fontos eszközét, a marketinget és a public relationst (PR) veszi górcső alá Katona Norbert és Szabó Rita a Medicina Könyvkiadó Zrt. gondozásában közelmúltban megjelent *Marketing- és PR-tevékenység az egészségügyben* című könyve. A kötet célja, hogy bemutassa az egészségügyi marketing és a public relations elméleti alapjait és ezek alkalmazását az egészségügyben, illetve hogy egyfajta útmutatóként, kézikönyvként szolgáljon az egészségügyi piacon dolgozó szakemberek számára. A szerzők egyetemi oktatókként nemcsak tudományos háttérrel rendelkeznek, de maguk is gyakorló szakemberek, így hatékonyan ötvözik az elméletet és a gyakorlatot. A kötetben számos esettanulmányt ismertetnek, és nagy hangsúlyt fektetnek a kommunikációs készségek elméleti kereteire is.

A könyv két nagyobb részre oszlik. Az első rész – amelyet Katona Norbert írt – a marketing és a márkázás alapjaival, illetve az egészségügy szektor specifikus vonásaival ismerteti meg az olvasót, míg a második rész – amelyet Szabó Rita írt – a public relations fogalmkörét és eszközeit mutatja be. Egészségügyi marketinggel több (tan)könyv és szakcikk is foglalkozott már, viszont a PR szerepét az egészségügyben ilyen széleskörűen még egyetlen tudományos munka sem taglalta. Külön üdvözlendő, hogy a szerzők kitüntetett figyelmet fordítanak a public relations-re, és azt nem csupán a marketingkommunikáció egyik jelentéktelen elemének tekintik – mint ahogyan számos, marketinggel foglalkozó hazai tankönyv teszi –, hanem önálló tudományterületként értelmezik.

A két különálló rész valamilyen szintű integrálása hasznos lehetett volna a kötet egységét tekintve. Például az „Érték kommunikációja az egészségügyi piacokon” című fejezet az egészségügyi piacokon megjelenő üzenetek és értékek kommunikációját taglalja, és ezt az integrált kommunikációs kampányok elemeinek kidolgozásával foglalkozó fejezet követi. Mindkét fejezetben megjelenik a public relations és annak néhány eszköze, viszont ezeket a szerzők részletesebben csak a könyv második részében mutatják be, ahol újra előkerül a kommunikációs kampányok témaköre is. Nagyobb fokú szinergiát biztosított volna, ha a kötetet tudatosabban szerkesztették volna meg, figyelve a kereszthivatkozásokra és a többször előkerülő témák integrálására.

A szerzők kitérnek az új kommunikációs technológiák szerepére is, a marketingkommunikáció legfrissebb trendjeit és tendenciáit vezető szakemberekkel készített miniinterjúk segítségével mutatják be. Ez a fejezet nem kimondottan az egészségügyre fókuszál, hanem általában a kommunikációs és marketingszakmákra, így némileg kilóg a többi közül. További fejezetek is vannak, amelyekben az egészségügyi fókusz háttérbe szorul vagy csak egy-egy esettanulmány kertében jelenik meg. Ilyen például a „PR-kommunikáció” vagy a „PR és a közvélemény befolyásolása” című fejezet. Vannak viszont olyanok is, amelyek esetében nem egészen világos, miért kerültek bele a könyvbe. A „Public relations története” a PR fejlődéstörténetét és meghatározó személyiségeit mutatja be, leginkább az Amerikai Egyesült Államokra fókuszálva. A szerző mindössze fél oldalon foglalja össze a PR hazai történetét, holott a magyar PR szakma története mintegy hatvan évet ölel fel, és sokkal relevánsabb lehetett volna

a téma szempontjából. A felsorolásból kimaradt például az államszocializmus alatt fontos szerepet játszó Medimpex Külkereskedelmi Vállalat, amely a magyar gyógyszeripar külkereskedelmi vonatkozású ügyleteivel foglalkozott, beleértve a külföld felé irányuló kommunikációt és a reklámot is. Érdeemes lett volna megemlíteni azt is, hogy a Kőbányai Gyógyszerárugyár (mai nevén Richter) reklám- és tájékoztatási osztálya már 1974-ben megalakult. Amennyiben kézikönyvként tekintünk a kötetre, akkor ez a fejezet teljesen irrelevánsnak tűnhet a gyakorló szakember számára. Ha a felsőoktatásban használható tankönyvként tekintünk rá, akkor érdekes kitekintésként is értelmezhető, noha a magyarországi PR története biztosan részletesebb ismertetést érdemelt volna.

A szerzők külön figyelmet fordítanak mind a hagyományos, mind a közösségi médiára, részletesen bemutatva a közösségimédia-eszközök egészségügyre vonatkozó használatát, valamint a fogyasztók online közösségi platformok területén megmutatkozó elvárásait. Megemlítik e platformok árnyoldalait is, illetve tárgyalják a hagyományos és a közösségi média válságkommunikációban betöltött szerepét is. Míg a hagyományos média befolyásolása kizárólag a PR-esek hatáskörébe tartozik, a közösségi média központi szerepet tölt be a marketingben is. Jól ismert az újságírók és a PR szakemberek egymásra utaltsága, noha a két szakma kapcsolata nem mindig felhőtlen. Ugyanakkor az sem ritka, hogy volt újságírókból lesznek sikeres PR szakemberek. A PR és a média kapcsolatáról szóló fejezet számos tipp ad a hatékony médiakapcsolatok kiépítésére, ápolására – ám a szerzők csak szűkszavúan írnak az egészséggel kapcsolatos információk közléséről. Szabó Rita ismerteti a Magyar PR Szövetség (MPRSZ) állásfoglalását is az úgynevezett „pr-cikkkel” kapcsolatban, amely egy fizetett hirdetés vagy közlemény, és nincs köze a public relations-höz, ugyanakkor káros és félrevezető elnevezés, amely már sokat ártott a PR szakmának. Az MPRSZ állásfoglalása a pr-cikkről a public relations történetéről szóló fejezetbe került be, pedig a médiával foglalkozó résznél relevánsabb lehetett volna, illetve a PR marketingszemléletű megközelítéséhez is vissza lehetett volna csatolni.

A „Krizismenedzsment” című fejezetben mindössze egyetlen oldal szól a kockázatkommunikációról, annak ellenére, hogy ez a terület különösen fontos az egészséggel, illetve az egészségüggyel kapcsolatos kommunikációban. Az egészséget befolyásoló kockázatok száma folyamatosan nő, a gyógyszeriparban is nagy szerep jut a kockázatoknak, de gondolhatunk a járvánnyal és az oltásokkal – vagy azok elhagyásával – járó kockázatokra, a dohányzással vagy a szexuális úton terjedő betegségekkel kapcsolatos, illetve más egészségmegőrző, betegségmegelőző kockázatokra és ezek kommunikációjára is. A kockázattudat növelése vagy éppen csökkentése fontos eleme lehet egy egészséggel kapcsolatos kommunikációs kampánynak.

Rendkívül figyelemre méltó a könyvben tárgyalt esettanulmányok sokszínűsége és aktualitása. A koronavírus elleni oltáskampány, a járványidőszak alatti lakossági kommunikáció, az abortuszturizmus Közép-Európában, az óvszermarketing, az Országos Vérellátó Szolgálat közösségimédia-tevékenysége vagy egy negatív hírű, fogyatékos személyeknek otthont adó szervezet újrapozícionálása, hírnévmenedzsmentje csak néhány példa a számos esettanulmány közül. Ezekben az esettanulmányokban nemcsak szervezetek – állami és magánkórházak és -klinikák, gyógyszergyártó cégek, gyógyszertárak, illetve különböző alapítványok és a betegszervezetek – jelennek meg, hanem az egészségügyben, a gyógyszeriparban dolgozó kommunikációs szakemberekkel készített hosszabb-rövidebb interjúk, hasznos tippek és idézetek teszik még gyakorlatiasabbá és érdekesebbé a könyvet. Nem meglepő módon az esettanulmányokban külön figyelmet kapnak a könyv megjelenését támogató gyógyszercégek és egészségügyi szervezetek. Találkozunk néhány nemzetközi példával is, és a szerzők gyakran kitérnek a nemzetközi – leginkább az angolszász – szakirodalom bemutatására is.

Nagy érdeme a kötetnek, hogy számos etikai kérdést és dilemmát is tárgyal, és végig szem előtt tartja a marketing, illetve a kommunikációs szakma ilyen jellegű kihívásait, valamint tárgyalja az etikai kódexek alapelveit, a kollégákkal vagy a megbízókkal való etikus magatartás elveit, szabályzatait is. A fejezetek logikusan épülnek egymásra, és egy-egy rész önállóan is megállja a helyét, segítséget nyújtva azoknak a szakembereknek, akik kézikönyvként szeretnék a kötetet használni. Mindemellett tartalmas szakirodalom a felsőoktatásban tanulók számára is.

A könyv igényes és minőségi kivitelezésű, így esztétikai megjelenése miatt is érdemes forgatni. Rengeteg színes ábra, grafikon, táblázat és poszter teszi még olvashatósabbá és áttekinthetőbbé a művet. Ugyanakkor érdemes lenne megfontolni egy második kiadás vagy e-book formátum esetén, hogy milyen további módon lehetne önreflexióra buzdítani az olvasót. A fejezetek végén vagy egy-egy esettanulmány után hasznos volna

további kérdések, ellentmondásos problémák, weboldalak bemutatása, videók megosztása, esetleg gyakorlati feladatok megadása – a Magyar Public Relations Szövetség, illetve a PR Múzeum honlapja számos elemzésre alkalmas egészségüggyel kapcsolatos kampányt és esettanulmányt tartalmaz. (Katona Norbert & Szabó Rita: *Marketing- és PR-tevékenység az egészségügyben*. Medicina Könyvkiadó Zrt., Budapest, 2022, 368 oldal, ISBN: 978 963 226 870 5, 7200 Ft)

## **Irodalom**

Polyák Gábor & Nagy Krisztina (2021): Az egészségügyi kommunikáció alkotmányos keretei. *Médiakutató*, 22.évf. 3-4. sz. 37–45.o.



# A realitás illúziója vagy az illúzió realitása?

Az Aczél Petra és Veszelszki Ágnes által szerkesztett *Deepfake: A valótlan valóság* című könyvről

**Szabó Kincső**

Nemzeti Közszerzői Egyetem

A biztos bizonytalan korszakát írjuk. Thomas Fuller jól ismert, „Seeing is believing”, vagyis „Hisszük, ha látjuk” mondása joggal vonható kétségbe, hiszen a digitális kommunikációban már nemcsak szavak szintjén tudjuk torzítani a valóságot, hanem a vizuális ábrázolás segítségével is. Ezzel megkérdőjelezhetővé válik minden, amit látunk. „Egyre nehezebb felismerni a különbséget valós és virtuális között, a ránk gyakorolt hatásuk könnyen odavezethet, hogy elveszítjük a megbízható források azonosíthatóságának képességét” – írja Koltay András és Szadai Károly a *Deepfake: A valótlan valóság* című kötet köszöntőjében (7. o.). Az Aczél Petra és Veszelszki Ágnes által szerkesztett kötet tizennégy szerzője a *deepfake*-et, vagyis az ultrarealisztikus, gépi tanuláson alapuló videomanipuláció jelenségét vizsgálja: bemutatja a technológiában rejlő lehetőségeket, tudományos alkalmazhatóságát, illetve rámutat a lehetséges veszélyekre is.

A kötet öt fő tartalmi egységből áll, így különböző megvilágításban olvashatunk a *deepfake*-technológia meghatározásáról, a vizuális manipulációról, illetve a jelenséggel kapcsolatban felmerülő jogi, etikai és pszichológiai dilemmákról.

Az első fejezetben három tanulmány kapott helyet. Veszelszki Ágnes, Aczél Petra és Mezriczky Marcell kommunikációtudományi szemzőből közelíti meg és értelmezi a *deepfake*-et. Veszelszki három névutópárral (elől–felé, mellett–ellen, alapján–nélkül) jellemezhető dilemmát helyez előtérbe, és az alábbi három kérdésre keres választ: Milyen előnyei és hátrányai vannak a kép- és arcfelismerésnek, a hangklónozásnak és a gépi alkotásnak? Melyek a *deepfake*-technológia előnyei és veszélyei? Milyen hatásai lehetnek az információmanipulációnak? Aczél Petra a *deepfake*-et a hazugság egyik formájaként határozza meg. Mint írja: „A *deepfake* törbe ejti, elrabolja a személyiséget” (38. o.). Hozzáteszi, hogy a jelenség nem új: a latin *plagiare* szó eredetileg emberrablást, plágiumot jelent. A szerző úgy érvel, hogy a megtévesztés és a hazugság az emberi interakciók sajátossága, mégis nehezen ismerjük fel. Aczél rávilágít arra is, hogy a Herbert Paul Grice (1989) társalgási maximái, David B. Buller és Judee K. Burgoon (2004) személyközimegtévesztés-elmélete, illetve Paul Ekman és Wallace V. Friesen (1969) nem nyelvi szivárogtatásról szóló kutatása is segítségünkre lehet a *deepfake*-videók elemzésében, hiszen a nonverbális kommunikáció elárulhatja a megtévesztési szándékunkat. Mezriczky Marcell a *deepfake*-jelenség sajtórepresentációját vizsgálja. Úgy érvel, hogy a *deepfake* értelmezéséhez nagyban hozzájárulnak az online sajtó által használt narratívák, konceptuális keretek is. Abban az esetben, amikor a sajtó nagyobb mértékben él az úgynevezett veszélynarratívákkal, és ezzel egy időben háttérbe szorulnak a pozitív értelmezések, a befogadó viszonyulása is negatív irányt vesz, vagyis inkább fenyegetésként tekintünk a *deepfake*-technológiára. Mezriczky kutatásából az derül ki, hogy az általa vizsgált időszakban a „kiberbiztonság”, a „szórakoztatás”, a „bűncselekmény” és a „fake news” témák határozták meg a leginkább a magyar társadalomban a *deepfake*-kel kapcsolatban kialakult diskurzust.

A kötet második, információs technológiára és kiberbiztonságra épülő fejezetét Keleti Arthur tanulmánya nyitja. Keleti főként filozófiai megközelítésből vizsgálja a szóban forgó technológiát, és az alábbi kérdéseket fogalmazza meg ezzel kapcsolatban: Mi az igazság? Miben bízhatunk? Mi számít hitelesnek? A szerző úgy véli, hogy az általunk vélt igazság és az egy képen alkalmazott technológia gyakran nem hiteles észlelést eredményez a befogadóban, épp ezért kihívás fölülírni a gyakran ösztönösen kialakult „hiszem, ha látom” paradigmát. A következő tanulmányban Szabados Levente kutatása olvasható, aki kvalitatív és kvantitatív módszerekkel is

vizsgálta a deepfake-et. Szabados a következő szimbolikus gondolattal zárja sorait: „Ideje készülni. Semmi nem az, aminek látszik” (100. o.). A fejezet Krasznay Csaba írásával zárul, aki a kiberbiztonsági intézkedésekre hívja fel az olvasó figyelmét. Krasznay úgy érvel, hogy a deepfake infokommunikációs eszközként is értelmezhető, hiszen egyre több a technológia által generált, kártékony kódok terjesztésével összefüggő kibertámadás.

A harmadik fejezet jogi tematikáját Lendvai Gergely Ferenc írása nyitja, aki a deepfake jogi szabályozását járja körül, és a szólásszabadsággal és a véleménynyilvánítási szabadsággal kapcsolatban felmerülő kérdéseket vizsgálja. A számos kreatív példa és jogi tényező mellett a szerző kiemeli, hogy a „deepfake-készítő közöl”, vagyis „a szólásszabadsághoz való jogát gyakorolja” (123. o.). Lendvai azt javasolja, hogy a jogi eljárásokban alkalmazható dermesztő hatást (*chilling effect*) érdemes lenne nulladik pontként bevezetni, amely korlátozhatja, akár tilthatja az ironikus, sértő deepfake-tartalmak megjelenését. Ebből adódóan felmerülnek az adatvédelemmel és a GDPR-ral kapcsolatos kérdések is, amelyeket Eszteri Dániel fogalmaz meg a következő tanulmányban. Nemzetközi deepfake-videók példáján keresztül óva inti az olvasót, és úgy érvel, hogy a deepfake-technológia jó és rossz célokra egyaránt felhasználható. Eszteri szerint javasolt az ilyen technológiát alkalmazó szoftverek tanítása, illetve helyes alkalmazása. A fejezetet záró tanulmányt Miklós Gellért írta, aki szerint a deepfake jelentőségét az is mutatja, hogy az Európai Uniót is jogszabály-módosításra készítette a társadalmi érdekek védelme érdekében.

A kötet harmadik fejezete az influenszerekről, a digitális véleményvezéerekről szól. Gocsál Ákos a virtuális személyek manipulált beszédét elemzi, s kiemeli, hogy abban az esetben, ha férfi és női szintetizált hangokat hallunk, a női hang kedvezőbb benyomást tesz ránk, sokkal meggyőzőbbnek, őszintébbnek véljük azt. A második tanulmányban Guld Ádám az influenszermarketinget vizsgálja, s esettanulmányok segítségével mutat rá arra, hogy a PR- és marketingszakma is előszeretettel használja a deepfake adta lehetőségeket a szépségiparban. A fejezetet Horváth Evelin szépségideál-elemzése zárja, aki áttekinti azokat a mesterséges intelligencián alapuló képalkotó szoftvereket, amelyek hatást gyakorolhatnak egy személy önképére és szépségfelfogására.

A könyv negyedik fejezetében pszichológiai és pedagógiai témájú tanulmányokat olvashatunk. Tari Annamária a manipulált képek és videók lélektanát vizsgálja, s bemutatja, milyen hatást gyakorolnak a hangvezérelt okos-eszközök a gyermekekre, miként hat az online tér az énfunkcióra, és miért definiálható agresszívként a virtuális tér. Tari kiemeli, hogy az online világban megtapasztalható „sosem kell egyedül lennem” érzés könnyen rabul ejti a közösségi média – főként fiatal – felhasználóit. A fejezet és egyben a kötet záró akkordját Kárpáti Andrea adja meg, aki megfogalmazza a sokakban felmerülő kérdést: Mit tehet a tanár? Avagy milyen hatással van a deepfake az oktatásra, veszélyben érezheti-e magát az oktató? Milyen eljárás javasolt egy hallgató számára, ha manipulált képeket kíván bemutatni egy egyetemi órán? A szerző szerint a kritikus gondolkodás és a médiatudatosság kulcsfontosságú kompetencia ebben a kérdéskörben, mert elengedhetetlen felismerni, értékelni, ellenőrizni, majd helyesen használni a manipulált tartalmakat.

Az Aczél Petra és Veszelszki Ágnes által szerkesztett *Deepfake: A valótlan valóság* című könyv interdiszciplináris jelleggel, több oldalról vizsgálja, értelmezi és mutatja be a kortárs médiakörnyezet egyik technológia újítását, a deepfake-et. A könyv azt sugallja, hogy a deepfake egy új típusú kommunikációs lehetőség az egyén számára, ám a szerzők óvatosságra, médiatudatosságra, etikus magatartásra és hitelességre ösztönöznek. A kötetben szereplő tanulmányok tudományos igényű munkák, így nyelvezetük és a gyakran előforduló tudományos szakkifejezések miatt elsősorban szakemberek, kutatók és egyetemi hallgatók számára ajánlott olvasmány. Emellett hasznos kézikönyvként szolgálhat a deepfake-technológia iránt mélyebben érdeklődők számára. (Aczél Petra & Veszelszki Ágnes: *Deepfake: A valótlan valóság*. Gondolat Kiadó, Budapest, 2023, 284 oldal, ISBN: 978 963 556 460 6, 4550 Ft)

# Új médiakörnyezet, új felhasználók

Guld Ádám *A Z generáció médiahasználata.*

*Jelenségek, hatások, kockázatok* című könyvéről

**Boldog Dalma**

Budapesti Gazdasági Egyetem

A 20. század utolsó harmadától kezdve a társadalom tagjainak mindennapi tapasztalata az állandó változás. A globalizáció hatására lerövidülnek a távolságok, megváltozik az idő fogalma, átalakulnak a társadalmi kapcsolatok. A gyors technológiai és infokommunikációs átalakulás már nemcsak a társadalmat működtető nagy ágazatokban, az ipari, a termelési és a gazdasági szektorokban érezteti közvetlenül hatását, hanem az egyén szintjén is. A digitális média és a hálózati társadalom kialakulásával megváltoznak a kommunikációs színterek, az azokon folyó interakciók formája, tartalma és minősége. Az új médiakörnyezet dinamikája a felhasználói (inter)aktivitáson alapul: eszköz, előfizetés és alapfokú médiakompetencia birtokában bárki bekapcsolódhat, részt vehet az online nyilvánosságban, tartalmat készíthet és terjeszthet, sőt alakíthatja a média napirendjét. Ám ez egyúttal azt is jelenti, hogy az új típusú nyilvánosság elmosza a szerző és a közönség közötti határokat, megszünteti az újságírók kapuőri szerepét, s teret enged a tudás destabilizációjának. Új médiaelőállítási és használati szokások válnak mindennapivá. Ez a változásokkal teli új médiakörnyezet hatást gyakorol a társadalom szerveződésére, a csoportos és az egyéni kommunikációra, illetve a médiahasználatra is.

A változással való lépéstartás – a bürokratikus intézmények egyre szélesebb körű platformizációja miatt tulajdonképpen a mindennapi boldogulás – feltétele az új médiatérben való jártasság. Ezt az új világrendet nevezi Guld Ádám *A Z generáció médiahasználata. Jelenségek, hatások, kockázatok* című könyvében médiakultúrának vagy médiatársadalomnak (7. o.). Ennek az új társadalomnak az alapélménye az online jelenlét: a különféle platformok versengenek a fogyasztók figyelméért, idejéért, interakciójáért és pénzéért. A közösségi média az egyéni percepciót, a norma- és értékrendszert, illetve a világ dolgairól való tájékozódást és ezek értelmezését is megváltoztatta. A hagyományos médiával szemben itt már nem lineárisan folyik az információmegosztás, vagyis nem az egyes médiumok vagy azok tartalma, hanem az azokat használó és a tartalmakat előállító egyének és közösségek kerültek középpontba.

Guld Ádám médiakutató úgy érvel, hogy időnk nagy részét valamely médium társaságában töltjük, s önmagunk és a világ megismerése is a média által tükrözött valóságban zajlik. Vajon hogyan boldogulnak ebben a sokféle médiakörnyezetben a fiatalok? Miként teremtik meg a saját rendjüket az infokommunikációs zűrzavarban? Használják vagy fogyasztják a médiát? Hogyan kommunikálnak egymással azok, akik beleszülettek a digitális forradalomba? Ilyen és ehhez hasonló kérdésekre keres a szerző választ.

Guld a kortárs médiatársadalom és médiakultúra aktuális kérdéseit hat nagy fejezet mentén vizsgálja. Az elsőben definiálja az alapfogalmakat, és társadalomtudományi beágyazottsággal vizsgálja az 1995 és a 2010 között születettek médiahasználati szokásait és a hozzájuk kapcsolódó médiajelenségeket. Szót ejt nagy vonalakban médiaoptimizmusról és -pesszimizmusról, az idős, a közép- és a fiatal generáció és a média kapcsolatáról, a *multitasking*ról, a párhuzamos- és a háttér-médiahasználatról, valamint az időnyomásról.

A második fejezetben a Z generáció által leggyakrabban használt közösségimédia-platformokat ismerteti a szerző. Az egyes oldalak pozitívumai mellett rámutat a bennük rejlő veszélyekre is. Így például a Facebook esetében kitér olyan fontos kérdésekre, mint a személyes adatok védelme, az álprofilok és a bérkommentelők jelenléte, a virtuális agresszió és az online zaklatás. Guld hangsúlyozza, hogy az Instagram nagy társadalmi és kulturális hatást gyakorol. Úgy érvel, hogy az ide feltöltött tartalmak a képmódosító effektek miatt meghamisítják a valóságot, továbbá az Instagram tárgyiasítja a testet, és megteremti a tökéletesség illúzióját. Ez káros hatást gyakorol a – főként az erre fogékony Z generációs – felhasználók önértékelésére és testképére, továbbá szélsőséges

esetekben izolációhoz és depresszióhoz vezethet. További negatív hatásként említi a függőséggel kapcsolatban kialakuló FOMO (*fear of missing out*) jelenséget, vagyis az online eseményekről való lemaradás félelmét és a pozitív visszajelzések (like-ok, követések, kommentek) túlzott hajszolását. A YouTube-bal kapcsolatban kiemeli a paraszociális kapcsolat egyoldalúságát, illetve röviden kitér az online hírességek és véleményvezérek sikerének lehetséges okaira is. A Snapchat esetében felhívja a figyelmet arra, hogy a platform sajátosságai (a gyors és közvetlen üzenetváltás, az üzenetek megsemmisülése) kedveznek az olyan online zaklatási formáknak, mint a *sexting*, vagyis a szexuális tartalmú üzenetküldés, a *revenge porn*, vagyis a lejáratási céllal készült pornófelvételek továbbítása, illetve a predátorok tevékenysége – ők azok a rosszindulatú, álprofil mögé bújt felhasználók, akik kéréstlen tartalmakat osztanak meg vagy adatokat halásznak. A Z generáció egyik legkedveltebb alkalmazása a TikTok, amelynek sikerét Guld azzal magyarázza, hogy az ideális búvóhely az ifjúság számára, hiszen könnyen és gyorsan fogyasztható tartalmakkal szolgál, és jellemzően a felhőtlen időtöltést kínálja – épp ezért nagyon addiktív. Figyelemre méltó adat, hogy a TikTok látogatóinak közel fele 16 és 24 év közötti fiatal, és már vannak arra utaló jelek, hogy nemcsak a Z, hanem az X és Y generáció tagjai is szívesen töltik e médiummal idejüket (106–107. o.).

A harmadik fejezetben olyan közelmúltbeli esettanulmányokat gyűjtött össze a szerző, amelyek a kortárs médiatársadalom működését illusztrálják. A változatos témák között találjuk a koronavírus-járvány alatti médiahasználati és médiafogyasztási szokások megváltozását, a *home office* és az online oktatás miatt megjelenő új helyzeteket, a média és a közönség egymásrautaltságát, illetve az orosz–ukrán háború kapcsán az influenzerek szerepét, az álhírek megjelenését és a politikai participáció előtérbe kerülését. Kríziskommunikációs eseteket, gerillamarketing-helyzeteket, társkeresési szituációkat is említi a szerző. Guld a *sharenting* (amikor szülők a kiskorú gyermekeiket ábrázoló fotókat osztják meg felelőtlenül az interneten), a *cyberbullying* (online zaklatás) és a *cancel culture* (karaktergyilkosság, lejárató kampányok) leírásával ismét az internet veszélyeire világít rá.

A negyedik fejezet az online média hatásairól szól. A szerző a közvetett hatások mellett érvel, ám felhívja a figyelmet arra, hogy a sokcsatornás kortárs mediakörnyezetben több olyan kóros pszichés zavar is megjelenik, amelynek okozója a nem kellően tudatos médiahasználat. Ebben a fejezetben – részben a második fejezetben tárgyalt témákat újra érintve – ezeket a jelenségeket gyűjti össze. Figyelemre méltó kórkép a nomofóbia, vagyis az attól való szorongás, hogy nincs kéznél a mobiltelefonunk, a FOBO (*fear of being offline*) vagyis a félelem attól, hogy nem tudunk az online világba csatlakozni, vagy a MOMO (*mystery of missing out*), amely egy feszültséggel és aggodalommal teli állapot azért, mert az ismerőseink nem posztolnak a közösségi oldalain. A fejezet további esetei az online pornográfáról, a turizmus és a véleményvezérek kapcsolatáról, a koronavírus-járvány alatti álhírekről és az amerikai elnökválasztási kampány mediatiszálódásáról szólnak.

Az ötödik fejezetben a média hírességeiről olvashatunk: előbb a hagyományos média sztárjairól, majd a közösségi oldalak celebjeiről, véleményvezéereiről és influenzereiről. Mint minden eddig bemutatott médiajelenségnél, itt is mindkét oldal – a közönség és a tartalomelőállító – nehézségeit is láthatóvá teszi a szerző. Ismét szót ejt – immár részletesebben – a paraszociális kapcsolatról, az ismerősség és a megbízhatóság illúziójáról, illetve a testképzavarokról és az online erőszak megjelenéséről. Az influencerség árnyoldalait tekintve megemlíti az online jelenléti kényszert, a láthatóságért folyó harcot, a média túlzott használatát, a posztolási kényszer fogalmát és a kiskorú véleményvezérek helyzetét.

Az utolsó fejezet, amelyben a szerző a jövőbeli következményekkel kapcsolatos megállapításokat ígér, a legkiforrotlanabb része a kötetnek. Guld előbb újabb fogalmakat vezet be, és ismerteti a digitálisan kreált szereplőket és online színtereket (egyebek mellett a *DeepFake*-et, a számítógép-kreálta avatarokat, a kiterjesztett, a virtuális és a kevert valóságot). Ezt követően két, a fő kérdéshez lazábban kapcsolódó téma (az online marketing és az influenzerek munkája, illetve a Z generáció fesztiválozási szokásai) között ismerteti újabb fontos, ám sajnos röviden taglalt szempontokat. Ezek a Z generáció szokásainak, igényeinek megismerése szempontjából olyan lényeges elemek, mint például a munkavégzésben megjelenő sajátosságai (a monotóniatűréssel kapcsolatos hiányosságok, az írásbeli kommunikációban vétett tipikus hibák, a projektszemélet, a *multitasking* képessége), az állandó mozgásban levés, a kreativitás és az erős vizualitás iránti igény vagy a mediaközpontúság.

Guld Ádám könyve hiánypótló munka, fontos és releváns tudományos ismerettel szolgál a Z generáció megismeréséhez, a médiával – és tulajdonképpen a világgal – való kapcsolatuk megértéséhez. A kötet érdeme,

hogy rámutat a leggyakrabban használt közösségimédia-platformok kedvezőtlen hatásaira, s ezt nem kizárólag a közönséget illetően teszi meg, hanem bemutatja a tartalomelőállítás árnyoldalait is. A vállaltan témaanyaggyűjteményként szolgáló kézikönyv főként a kortárs médiakörnyezet iránt érdeklődő olvasók, egyetemi hallgatók és nem utolsósorban a Z generáció szülei számára lehet ideális olvasmány. Az itt található írások a szerző korábbi kutatási projektjeinek és interjúnak szerkesztett, bővített kiadását jelentik, ami néhol érezhető a szövegen. Egyes kérdések a redundancia határát súrolva kerülnek elő újra és újra, illetve a hatodik fejezet igencsak töredékes. Mindezek ellenére a kötet jól strukturált és fiatalos: Guld dinamikusan ír, a könyv nyelvezete az *infotainment* műfaját idézi, a fejezetek tényállításait frappánsan chatablakhoz hasonló szövegbuborékban összegzi, a legfőbb fogalmakat pedig rövid, keretes szövegek formájában definiálja. A könyv végén fejezetekre bontott bibliográfia található. Mindezek az – elemzett generációra is jellemző – extenzív olvasást segítik, vagyis ebből a nyomtatott könyvből a digitális világhoz hasonlóan néhány mozdulattal, könnyen és gyorsan kinyerhető a kívánt információ. (Guld Ádám: *Sokszínű médiavilágok. A Z generáció médiahasználata – Jelenségek, hatások, kockázatok*. Libri Könyvkiadó Kft., Budapest, 2022, 356 oldal, ISBN: 9789636040314, 4299 Ft)