

ERDÉLYI TÁRSADALOM

Társadalomtudományi szakfolyóirat

23. évfolyam, 1. szám

Kolozsvár

2025

ERDÉLYI TÁRSADALOM



Társadalomtudományi szakfolyóirat

23. évfolyam, 1. szám

Kolozsvár
2025

Erdélyi Társadalom

A kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem Magyar Szociológia és Szociális Munka Intézete
és a Max Weber Társadalomkutatásért Alapítvány lektorált folyóirata.
Megjelenik évente két alkalommal.

Alapítók: Horváth István, Magyarai Tivadar, Péter László, Veres Valér

Főszerkesztő: Csata Zsombor

Szerkesztőbizottság

Benedek József, Berszán Lídia, Dávid-Kacsó Ágnes (főszerk.-h.), Geambaşu Réka,
Horváth István, Kiss Dénes, Magyarai Tivadar, Pásztor Gyöngyi, Péter László, Veres Valér

Szerkesztőtanács / Advisory Board

Bárdi Nándor, Csepeli György, Hadas Miklós, Kuczi Tibor, Lengyel György,
Amy H. Liu, Mezei Elemér, Papp Z. Attila, Pászka Imre, Szabó Béla, Szécsi Judit

Olvasószerkesztés, korrektúra: Dénes Gabriella

Honlapfelelős: Dániel Botond
Borítóterv: Módi István-Hunor

Szerkesztőségi titkár: Kürti Tünde
DTP: Virág Péter

A szerkesztőség postacíme

Revista „Erdélyi Társadalom”

Str. Dostoievski/Plugarilor nr. 34, RO–400075 Cluj-Napoca/Kolozsvár
Telefon +40 264 599 461, fax: +40 264 430 611. E-mail: szekesztoseg@erdelyitarsadalom.ro

Folyóiratunk a ProQuest, a CEEOL és az Index Copernicus nemzetközi adatbázisok által
jegyzett, és az MTA alábbi szakterületeinek a folyóiratlistáin szerepel: Demográfia
(C kategória), Politikatudomány (B), Regionális Tudományok (D), Szociológia (B).

A tanulmányok letölthetők a CEEOL oldaláról.

A tanulmányok beküldésével kapcsolatos információk és a régebbi számok elérhetők
a www.erdelyitarsadalom.ro honlapon.

A kiadványhoz érkezett kéziratok megjelentetéséről két külső szaklektor anonim bírálata
(double-blind peer review) alapján a szerkesztőség dönt.

Kiadó: Presa Universitară Clujeană

Nyomda: Incitato

ISSN: 1583–6347

Támogató a Romániai Magyar Demokrata Szövetség és a Communitas Alapítvány.
A kiadvány megjelenését az MTA támogatta a Kolozsvári Akadémiai Bizottság pályázata keretében.



Tartalom

1. Összpont

BERGER VIKTOR: A mediatizáció és az online terek jelentősége a tudományos mező számára. A bibliatudomány és a YouTube esete	9
TŐKE SUGÁRKA: A csíksomlyói pünkösdi búcsúról szóló közösségimédia-diskurzusok	39
RAJKI ZOLTÁN – RADETSKY ANDRÁS – ANDOK MÓNICA – SZILCZL DÓRA: A mesterséges intelligencia használata vallásirtalom-előállítók körében. Egy magyarországi empirikus vizsgálat eredményei.....	67
KONCZ ATTILA: Problematica extremitatum. A bulvársajtó logikájának érvényesülése és ennek következményei a vallási témájú médiatartalmak körében.....	93
ELEKES ISTVÁN – DÁNIEL BOTOND: A keresztény hit hatása a vállalkozás filozófiájára és szervezeti gyakorlatára: vállalkozói narratívák Hargita megyéből.....	111

2. Támpont

NOGY ANGYALKA-IZOLDA: Erdélyi első generációs diplomás nők esküvőszervezési narratívái.....	139
--	-----

3. Műhely

MAGYARI TIVADAR: Pontosítások és finomhangolások a Venczel József-életpályához.....	163
PÁSZTOR GYÖNGYI: A 15 perces város: utópia vagy túlélési stratégia? A kronourbanizmus lehetőségei és kihívásai posztoszocialista városokban	183

4. Recenziók

SÓLYOM ANDREA: Túraútvonalak az empíria ösvényein.....	197
TINCA RICHARD: Mi következik a neoliberalizmus után?	201

A szerzőkről.....	207
-------------------	-----

Table of Contents

1. Focus

VIKTOR BERGER: Mediatization, Online Spaces, and the Field of Science. The Case of Biblical Studies and YouTube	9
SUGÁRKA TŐKE: Social Media Discourses about the Pentecost Pilgrimage of Csíksomlyó	39
ZOLTÁN RAJKI – ANDRÁS RADEZKY – MÓNICA ANDOK – DÓRA SZILCZL: The Use of Artificial Intelligence among Religious Content Producers. Results of an Empirical Study in Hungary.....	67
ATTILA KONCZ: Problematica Extremitatum. The Prevalence of Tabloid Logic and Its Consequences in Religious Media Content	93
ISTVÁN ELEKES – BOTOND DÁNIEL: How Does a Christian Entrepreneur's Faith Influence Business Philosophy and Practice? A Narrative-Based Business Study in Harghita County.....	111

2. Standpoint

ANGYALKA-IZOLDA NOGY: Wedding Planning Narratives of First-Generation University Graduate Women from Transylvania	139
--	-----

3. Workshop

TIVADAR MAGYARI: Clarifications and Refinements to the Life and Career of József Venczel	163
GYÖNGYI PÁSZTOR: The 15-Minute City: Utopia or Survival Strategy? Opportunities and Challenges of Chrono-Urbanism in Post-Socialist Cities.....	183

4. Reviews

ANDREA SÓLYOM: Hiking Trails on the Paths of Empiricism	197
RICHARD TINCA: What Comes After Neoliberalism?	201

About the Authors.....	207
------------------------	-----

ET

ÖSSZPONT

1

Berger Viktor¹

A mediatizáció és az online terek jelentősége a tudományos mező számára. A bibliatudomány és a YouTube esete²

Kivonat

A tanulmány a mediatizáció elméletét, valamint Bourdieu mezőfogalmát és tudományosmező-értelmezését alapul véve veszi szemügyre a bibliatudományi mező szerkezetét és lehetséges átalakulásait az online terek hatására. Kérdés, hogy ezen kutatási irányzat egyre erőteljesebb jelenléte az online terekben, például a YouTube-on, átalakítja-e a mező belső szerkezetét – ez egy, a mező autonómiája szempontjából kiemelten fontos felvetés. Az elméleti keret felvázolása után az írás kitér arra, hogy hozzávetőlegesen miként épül fel a bibliatudományi mező: milyen tökettípusok strukturálják, és hol helyezkednek el a mezőben a vizsgálat szempontjából fontos, YouTube-on is aktív kutatók. Ezt követően kerül sor néhány kiválasztott bibliatudományi fókuszú YouTube-csatorna elemzésére, melyeket vagy tudósok, vagy érdeklődő nem tudósok működtetnek. A tanulmány amellett érvel, hogy a YouTube online tere ambivalens hatással van a biblical studies tudományos mezőjére. Nagyobb reflektorfényt nyújt egyrészt azoknak a kutatóknak, akik nem a legnagyobb tudományos presztízzsel rendelkeznek, másrészt néhány, a tudományos mező perifériáján lévő kutatónak, harmadrészt a tudománytalan nézeteket képviselő kívülállóknak is. A bibliatudományi mezőre e fejlemények mind-ezidáig korlátozott hatással voltak. Másrészt nem lehet azt mondani, hogy a YouTube-csatornák csak negatív hatással bírnak, ugyanis az őket működtető érdeklődő youtuberek körében megfigyelhetők tanulási folyamatok.

Kulcsszavak: biblical studies, bibliatudomány, YouTube, tudományos mező, online terek, mediatizáció, Bourdieu

Abstract: Mediatization, Online Spaces, and the Field of Science. The Case of Biblical Studies and YouTube

Drawing on the theory of mediatization and the Bourdieusian interpretation of the field of science, the paper seeks to examine the structure of the field of biblical studies and to assess whether the growing online presence of this research area leads to an internal transformation of the field. This question has serious implications to the autonomy of this segment of the scientific field. After outlining the theoretical framework, the paper discusses how the field of biblical studies is roughly structured: what types of capital do contribute to its structuring, and where the researchers who are active on YouTube

1 Pécsi Tudományegyetem, Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar, Szociológia Tanszék, habilitált egyetemi docens, berger.viktor@pte.hu, <https://orcid.org/0000-0002-1263-6722>.

2 A tanulmány a *Virtuális kapcsolódások és digitális közösségek. Vallás a hálózati társadalomban* című konferencián 2024. november 21-én elhangzott előadásom kibővített írásos változata. Hálás vagyok Kiss Dénesnek és Bálint Róbert Zoltánnak a meghívásért és a vendégszeretetükért.

are located in the field. This will be followed by an analysis of a few selected biblical studies-focused YouTube channels, which are either run by scholars or interested non-scholars. The paper argues that the online space of YouTube has an ambivalent impact on the scholarly field of biblical studies. It provides a greater spotlight on the one hand to those scholars who do not have the highest scholarly prestige, on the other hand to some scholars on the periphery of the scholarly field, and thirdly to outsiders who represent fringe science views. The analysis shows that these developments have so far had a limited impact on the field of biblical studies. Also, it cannot be said that YouTube channels have only had a negative impact, as learning processes can be observed among the interested you-tubers who run them.

Keywords: biblical studies, YouTube, field of science, online spaces, mediatization, Bourdieu

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Berger, V. (2025). A mediatizáció és az online terek jelentősége a tudományos mező számára. A bibliatudomány és a YouTube esete. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 9–37. <https://doi.org/10.17177/77171.308>

I. BEVEZETÉS

A késő modern társadalmak mediatizációs folyamatai (Couldry & Hepp, 2017; Hepp, 2019; Ollinaho, 2018) új egyenlőtlenségeket teremtenek (Völgyi és mtsai., 2024), és nem csupán az olyan területeket érintik, mint a mindennapi élet (Berger, 2023), a munka világa (Cetina & Bruegger, 2002; Couldry & Hepp, 2017: 5.2, 6.2 fejezet), a vallási élet (Bognár, 2024) vagy az egészségmegőrzés és sportolás (Lupton, 2016), hanem a tudományos mezőt is kihívások elé állítják. E mező szereplőitől is egyre inkább elvárják, hogy az eredményeiket kommunikálják, megosszák a szélesebb („laikus”) publikum felé. A késő modern társadalmak sajátossága ugyanakkor, hogy a széles publikumok közül (jó)néhányan nem csupán igénylik a tudományos eredmények egyirányú kommunikálását, közlését feléjük, hanem ezen túl érdemi szereplőkké kívánnak válni a tudás létrehozási folyamatában. A tudomány mint az elsődleges szakértői rendszer (Giddens, 1990) és a tudósok tekintélye immár nem kikezdhethetetlen, hanem potenciálisan vitatható (Beck, 2003, 7. fejezet). Ez az egyik oldalról a tudomány sokak által kívánt demokratizálásának irányába is mutathat (Feyerabend, 1998), ugyanakkor a másik oldalról aggodalmakat is kelthet a tudomány autonómia megőrzésével kapcsolatban.

Az alábbi tanulmányban egy konkrét esettanulmány kapcsán azt a kérdést járom körbe, hogy az online világ és az általa kínált újféle kommunikációs lehetőségek milyen hatást gyakorolnak a tudományos mezőre. A fejtegetéseimet a tudományos mező egy olyan szegmensére, almezőjére fogom korlátozni, amelynek kapcsán az autonómiával kapcsolatos lehetséges gondok első pillantásra nem szembetűnőek. A bibliakutatás (*biblical studies*) mezőjében olyan látószólag ezoterikus kérdésekkel (szöveg- és formakritika, ókori nyelveken írt szövegek aprólékos értelmezése, kéziratok csoportokba rendezése stb.) foglalkoznak, amelyek esetében kisebb valószínűséggel várhatnánk széles érdeklődést a laikus közönség részéről. Azonban talán épp azért,

mert nem kínálkozik a legkézenfekvőbb vizsgálati témaként, lehetnek ezen (al)mező folyamatai mégis jó szemléltetői az új kihívásoknak és lehetőségeknek.³

A bibliatudomány kapcsán az *Oxford Handbook of Biblical Studies* meghatározását vettem alapul, amely szerint ez a diszciplína a Biblia tanulmányozására fókuszáló kutatásokat foglalja magában (Rogerson & Lieu, 2006: xvii). A Biblia alatt a kanonikus zsidó és a keresztény Bibliát, illetve ezek könyveit és kéziratait érthetjük. A bibliatudomány emellett a bibliai könyvek és kéziratok kontextusául szolgáló egyéb dokumentumokat (apokrif iratok, patrisztikai irodalom stb.) és a társadalmi-történeti összefüggéseket is vizsgálja. E kutatások megközelítései, módszertana és diszciplináris háttere változatos (klasszika-filológia, történettudomány, különösképpen a vallás- és ókortudományra, összehasonlító vallástudomány, kulturális antropológia, szociológia, teológia, patrisztika, módszerként pedig a történeti-kritikai módszer, hermeneutika, szövegkritika, értelmezéstörténet vizsgálata, formakritika). Az így felfogott bibliatudomány a tudományos mező egyik almezője.

Az alábbiakban tehát arra fogok törekedni, hogy egyfelől áttekintést nyújtsak a bibliatudomány nemzetközi mezőjéről, másfelől szemügyre vegyem, hogy vajon az online terek (ezek között is a YouTube) átalakítják-e ezt a mezőt, és ha igen, akkor ezen átalakulások mennyiben hordoznak magukban kockázatokat a mező autonómiájára. Ennek érdekében néhány kiválasztott – vagy tudósok, vagy érdeklődő nem tudósok által működtetett – YouTube-csatorna elemzésére fog sor kerülni. A tanulmány első lépésben felvázolja az elméleti keretet: Bourdieu mező-elméletét és a tudományos mezővel kapcsolatos gondolatait, Némédi Dénes intézményesedési elméletét, valamint a tágabb modernitásbeli kontextus értelmezését (Luhmann, Giddens). Az elméleti keret felvázolása után az írás kitér arra, hogy néhány tudománymetriai adat alapján hozzávetőlegesen miként épül fel a bibliatudomány nemzetközi mezője: milyen töketípusok strukturálják. Ezt követően kerül sor a kiválasztott bibliatudományi fókuszú YouTube-csatornák elemzésére. A tanulmány az online terek bibliatudományi mezőre gyakorolt hatásainak számbavételével zárul.

2. TUDOMÁNY ÉS A TUDOMÁNYOS MEZŐ A (KÉSŐ) MODERNITÁSBAN

A tudományt és azon belül is a bibliakutatás területét bourdieu-i értelemben vett mezőként érdemes felfogni. A mezők Bourdieu szerint a társadalom elkülönült terei: sajátos társadalmi mikrokozmoszok (ilyen például a gazdasági, a politikai, az irodalmi, a vallási, az újságírói vagy maga a tudományos mező). A mezők mindegyike sajátos, csak rá jellemző logikával, tétikkel rendelkezik. A mezők struktúrája az alapján alakul ki, hogy a bennük részt vevő szereplők harcot vívnak egymással a mezőben értékesnek vélt tétékért, a(z) ezek megszerzését nagy mértékben

3 A témaválasztásban a preferenciáim is jelentős szerepet játszottak, mivel az utóbbi néhány évben személyes érdeklődés alakult ki bennem a modern bibliatudomány és annak eredményei iránt. Ebben az értelemben e tanulmány tiszteletadás azon tudomány (online platformokon jelen levő és nem jelen levő) képviselői számára, amely, úgy érzem, gazdagította az értelmezés művészetével kapcsolatos, vagy úgy általában, a világról szóló ismereteimet.

befolyásoló) játékszabályok meghatározásáért vagy általánosabban: a mező feletti uralomért (Bourdieu, 2000). Ebben az értelemben a mezők strukturált és dinamikusán változó erőtereket jelentenek, amelyekben a cselekvők a mezőben hasznos „zsetonokkal” eltérő mértékben rendelkeznek, ami alapján próbálnak számukra kedvező stratégiákat kialakítani. Bourdieu éleslátású megfigyelése szerint a mezőn belüli állásfoglalások (mezőnként lehetnek: stílárius választások, vallási nézetek, tudományos elméletek stb.) megfelelnek a mezőbeli pozícióknak (Bourdieu, 2002). Mivel a mezőn belüli harcokat az állásfoglalásokkal vívják meg, a mezőn belüli uralkodó pozíciókat elfoglalók mainstream, azaz „ortodox” nézeteket vallanak, hiszen érdekükben áll a status quo fenntartása. Ezzel szemben a mezőben alárendelt helyzetűek „heterodox”, avagy „eretnek” álláspontokat fognak kialakítani, mert a mezőbeli viszonyok megváltoztatása az érdekük (Bourdieu, 2002). Mindezt nem feltétlenül tudatosan kalkulálva teszik a szereplők, hanem nagy mértékben a habitusuk hajlamainak engedelmességgel.

Bourdieu többször visszatért az életművében a tudományos mező működésére (Bourdieu, 1988; 2005; 2009; vö. Fáber, 2018: 176–186; Gárdos, 2009; Szabari, 2009). Bourdieu szerint a tudományos mezőt egyrészt olyan jellemzőkkel lehet leírni, mint minden másik mezőt. A tudományos mező a benne tevékenykedők (tudósok és a tudományos iskolák, irányzatok) harcainak színtere, akik egymás konkurensaként töreksenek a mezőben megszerezhető tőkék felhalmozására. Teszik ezt azért, hogy olyan állásfoglalásokat tessenek (tudományos elméletek kialakítása, alkalmazása, empirikus eredmények közzététele és értelmezése stb.), amelyekben a mezőn belüli érdekeik tükröződnek (status quo fenntartása vagy a viszonyok átalakítása). A tudományos mező uralmi viszonyai e harcok eredményeként alakulnak ki vagy át (Bourdieu, 2009: 19–20). Másrészt a mezőt néhány jellegzetessége különlegessé teszi a többi mezőhöz képest. Ezek közül a legfontosabb, hogy itt nem tetszőleges tétért versengenek egymással az aktánsok, hanem az igazság megtalálásáért és kimondásáért, vagyis a referencia a valóság. Ez viszont azt a nagyon is speciális helyzetet hozza létre, hogy a tudósoknak egymás elméleteit, kutatási eredményeiket kell megítélniük. A tudományos igazság elfogadására a mezőben kifejlesztették a tudományos (módszertani és elméleti) kritika elveit és eljárásait, amelyek alapján validként, igazként elfogadják vagy nem helytállóként elvetnek elméleteket és kutatási eredményeket. Ez a gyakorlat szempontjából azt jelenti, hogy a tudományos mezőben a (potenciális) versenytársak értéklik ki a tudományos teljesítményeket, osztják ki az elismeréseket. Éppen amiatt azonban, mert a versenytársak ellenérdekeltek a konkurens jutalmazásában, annál validabb valamely elmélet vagy empirikus kutatási eredmény, amennyiben a mező elfogadja azt (Bourdieu, 2005: 100–102).⁴

4 Ez a logika – az ellentétes érdek általi validálás – hasonlít a bibliatudományban bevett kínossági kritériumra (*criterion of embarrassment*), amelyet előszeretettel alkalmaznak többek között a történeti Jézussal kapcsolatban. Eszerint az evangéliumok leírásai és jézusi mondásai közül azok nagyobb valószínűséggel hitelesek, amelyekről kimutatható, hogy a szerzőjük valójában nem volt érdekelt a szóban forgó történet vagy szólas leírására, mert ellentmondásokat vagy krisztológiai nehézségeket rejtenek magukban (Ehrman, 1999: 91–94; Meier, 1991: 168 skk.). Például a Keresztelő János általi megkeresztelés abban az értelemben „kínos”, hogy Jézus, a történeti személy azzal, hogy keresztelésre János elé járult, elfogadta utóbbi felsőbb tekintélyét. Ha mindezt Márk, Máté és Lukács rögzítették az elbeszélésükben, úgy ez az esemény hitelességére utal, mivel a leírás krisztológiai szempontból ellenté-

A tanulmány témája szempontjából kiemelten fontos humán- és társadalomtudományok mezőjének felépülését Bourdieu szerint két tőkefajta elosztási szerkezete határozza meg. Az egyik strukturáló és hierarchizáló tényező a tudományos presztízstre utaló tisztán tudományos tőke, amelynek indikátorai lehetnek többek között a minőségi publikációk és a hivatkozások száma vagy a szerkesztőségi/szerkesztőbizottsági tagság presztízses folyóiratokban (Bourdieu, 1988: 74, 79; 2005: 84). A versenytársak általi validálás a tudományos tőke e válfajára vonatkozik. A másik strukturáló elv a mező (e szegmense) feletti hatalom tőkéje, egyfajta szervezeti jellegű tudományos tőke, amely a pozíciók betöltéséből fakad, és ellenőrzési hatalmat biztosít a mindennapi munkaszervezés, az egyetemi testületek újratemelése, a pozíciókba emelés és a források elosztása felett. A mezőn belüli intézményi hatalom felhalmozása erősen függ az idő tényezőjétől és a kapcsolatoktól, így nem csoda, hogy a befolyásos pozíciók birtokosai Bourdieu elmondása alapján jellemzően idősebbek (Bourdieu, 1988: 78; 2005: 84), míg a kizárólag tisztán tudományos tőkével rendelkezők jellemzően fiatalabbak. A két hozzávetőlegesen egyenrangú tőkefajta szembenállása strukturálja a tudományos mező szellem- és társadalomtudományos részét.⁵ Bourdieu-t ugyanakkor mély aggodalommal töltötte el, hogy a tudományos mezőn kívüli gazdasági erők egyre nagyobb befolyásra tesznek szert a tudomány világában, és hogy a vállalati érdekeknek való behódolás átalakítja, torzítja a tisztán tudományos szelekciós elveket, a heteronómia irányába elmozdítva a mezőt (Bourdieu, 2005: 8, 78). Ha a tudományos rangsort – akár a pozíciók betöltését, akár a tisztán tudományos presztízst – külső erők, tendenciák, hatások befolyásolják vagy határozzák meg, veszélyben van a mező integritása, autonómiája. A gazdasági mező jelenbeli hatásával kapcsolatban Bourdieu ilyen veszélyekre hívta fel a figyelmet. A bibliatudomány kapcsán hasonló aggodalmak merülhetnek fel az olyan nagy nyilvános elérésű fórumok és platformok kapcsán, amelyek adott esetben képesek lehetnek nyomás alá helyezni a biblical studies mezőjének szelekciós elveit.

A bourdieu-itől eltérő elméleti megközelítések alapján is feltételezhető, hogy a (késő) modernitás bizonyos tulajdonságai abba az irányba hathatnak, hogy a tudományos mezőben heteronómiára utaló jelenségek ütnek fel a fejüket. Anthony Giddens szerint a modernitásban a tradicionális világképek erejének csökkenésével és a differenciált társadalmak követelményei miatt egyre nagyobb szerepet töltenek be a szakértői rendszerek, s köztük a tudomány. A társadalmi élet egyre több szegmensét lehetetlen volna e szakértői rendszerek nélkül megszervezni. Ugyanakkor Giddens szerint a szakértői rendszerek megfelelő működéséhez bizalomra is szükség van, ami viszont a késő modernitás körülményei közt nem automatikusan biztosított (Giddens,

tes volna az érdekükkel, hiszen kétségbe vonhatná Jézus isteni mivoltát. A kínosság kritériumát alapul vevő érvelés szerint tehát csak azért tartalmazzák a szinoptikus evangéliumok a János általi megkeresztelést, mert az nagy valószínűséggel valóban megtörtént. (Nem csoda, hogy mindhárom szerző igyekezett a keresztelést úgy kontextualizálni, hogy az ne mondjon ellent a kialakulóban lévő keresztény tantételeknek.) Hasonló logika alapján feltételezhető, hogy Jézus olyan apokaliptikus zsidó próféta volt, aki Isten országának rövid időn belüli eljövetelét jövendölte (a „kínosság” itt arra vonatkozik, hogy ez nem következett be).

- 5 Ezzel szemben más tudományágakban az egyik vagy másik erő lehet domináns (például a természet-tudományokban a tisztán tudományos presztízis tőkéje, a jogtudományban pedig az intézményi tőke) (Bourdieu, 1988: 73–74).

1990). Ulrich Beck hasonlóan arra hívja fel a figyelmet, hogy a reflexív modernizációval a modernitás korábban kialakult struktúráit is utoléri a reflexivitás, és ebben az értelemben a tudomány modern intézményrendszerét és a tudományos eredményeket is gyakran érik kritikák, vagyis a tudományos tudás sem megkérdőjelezetlen (Beck, 2003: 7. fejezet). Rendszerelméleti megközelítésből Luhmann hívta fel a figyelmet arra, hogy a modernitás alapvető jellegzetessége, hogy megszorodnak a másodrendű megfigyelések, azaz a megfigyelések megfigyelései (Luhmann, 2010). A rendszerelméleti nyelvezetben ez utal a reflexiók jelentőségének növekedésére: a kötelező világképektől eltávolodva egyre inkább lehet mások véleményére, gondolataira, szemléletmódjára, írásaira, nézeteire reflektálni, ezeket bírálni, kétségbe vonni (ahogyan a saját korábbi gondolatainkat is egyre inkább tematizálhatjuk önreflexív módon). Bár a modernitás funkcionálisan differenciált (világ)társadalom Luhmann szerint, amelyben minden részrendszer önreferenciális és műveletileg zárt módon építi fel magát (autopoieszis), a terjesztő médiumok (írás, nyomtatás, újságírás, rádió, tévé stb.) erőteljes jelenléte azt is okozza, hogy bármely tekintély, így a tudományos is kétségbe vonható (Luhmann, 1997: 2.II fejezet).⁶ Bognár Bulcsu Luhmannat továbbgondolva megállapítja, hogy az elektronikus médiumok és köztük kiemelten az internetes platformok azt eredményezik, hogy egyre többen tudnak bekapcsolódni a kommunikációkba. Ez a demokratizálódás ugyanakkor a kontingencianövekedés irányába is mutat, mivel e folyamatok csökkentik vagy egyenesen leépítik a társadalmi tekintélyeket (Bognár, 2015). Ez a tudományos tekintély erodálását is magában foglalja. Ismét felmerül a kérdés: az online terek mennyiben alakítják át a bibliatudomány mezőjének szerkezetét, mennyiben veszélyeztetik az autonómiáját? Mennyire tudnak érintetlenek maradni a tudományos mező saját szelekciós kritériumai?

3. A BIBLIATUDOMÁNY MEZŐJÉNEK SZERKEZETE

Az online terek bibliatudományra gyakorolt hatását akkor lehet számba venni, ha van képünk arról, hogy hozzávetőlegesen miként is épül fel e mező. Emiatt ez a fejezet arra tesz kísérletet, hogy néhány mutató alapján áttekintést nyújtson a bibliatudományi mező szerkezetéről. Ezt a feladatot bourdieu-i nézőpontból még nemigen végezték el, így az alábbi fejtegetések szükség-szerűen madártávlatiak és vázlatosak, tehát nem tartanak igényt a teljességre. A bibliatudomány területe – a humán és társadalomtudományos mező részeként – a tudományos mező egyik almezője. Ilyenként feltételezhető, hogy hasonló strukturáló elvek érvényesülnek benne, mint a szellem- és társadalomtudományos mezőben, hogy tehát a tisztán tudományos és az intézményi pozíciók betöltéséből fakadó tőke szembenállása itt is megjelenik. E két tőketípust tehát mindenképp szükséges figyelembe venni. Ugyanakkor a kései Bourdieu megjegyzéseit alapul véve

⁶ A terjesztő médiumok kommunikációinak azért lehet ilyen hatásuk, mert esetükben hiányzik a közös fizikai jelenlét, amely sokkal inkább lehetővé teszi a tekintély erejének érvényesítését.

– és túllépve az expliciten leírt bourdieu-i gondolatokon – az is feltételezhető, hogy az utóbbi egy-két évtized fejleményei hatására immár a gazdasági tőke is jelentőssé vált a mezőben.⁷

A mező struktúrájának leírásakor a tiszta tudományos tőke eloszlása fog kiindulópontként szolgálni. Néhány kiválasztott szerző esetében a mezőn belüli pozíciók betöltéséből adódó tőkével és a gazdasági tőkével való ellátottság szempontja is meg fog jelenni kiegészítésként.⁸ Míg az intézményi-szervezeti pozíción alapuló, mezőn belüli hatalmi tőke erősebben kötődik az egyetemek országonkénti valóságához, addig a tisztán tudományos presztízsen alapuló tudományos tőke a mező nemzetközi jellegére utal, így a tudományos presztízsrangsor vizsgálatakor is nemzetközileg fogtam fel a mezőt. Mivel a mező a benne aktív szereplők és az érintett intézmények száma alapján is jelentős méretű, a kifejtés szükségszerűen szelektív lesz, vagyis a teljes rangsor ismertetésére nem fog sor kerülni, csak néhány kiválasztott szegmensére (a hierarchia tetejéről, középső szegmenséről és alsóbb részéről). A tudományos presztízsbeli rangsorból pedig második lépésben kiválasztok négy olyan kutatót, akik egyrészt a mező strukturálódása szempontjából alapvető különbségeket jelenítenek meg a tőkékkel való ellátottság tekintetében (tudományos presztízis tőkéje, intézményi pozíciós tőke, gazdasági tőke), és akik esetében az állásfoglalásaikban és az online terek használatában is jelentős – a mezőbeli pozíciójukkal összhangban lévő – differenciák mutathatók ki.

A nemzetközi tudományos presztízsbeli rangsor meghatározása során a Scopus adatbázisát használtam.⁹ A Scopus „religious studies” folyóiratlistája képezte az alapot. Azonban ez a lista túlzottan heterogén, és számos olyan orgánust is magában foglal, amelyek valójában nem a biblical studieshoz kapcsolódnak (hanem például más vallást vagy a vallások társadalmi összefüggéseit vizsgálják, de a hangsúly nem a bibliai szövegek vagy az ókori zsidóság és a korai kereszténység vizsgálatán van). Emiatt a religious studies kategóriájának elemeiből (2023-ban 635 folyóirat kapott ilyen besorolást) létrehoztam egy rövidített listát, amely 135 folyóiratot és könyvsorozatot tartalmaz. Ehhez a szelekcióhoz igénybe vettem a saját ismereteim mellett a legfontosabb bibliatudományi folyóiratokról áttekintést nyújtó összefoglalókat is (Yale, n. d.; Himes, 2017). A szelekció eredményeként olyan folyóiratok publikációi kerültek a mintába,

7 A gazdasági tőke beemelésére az elemzésbe találunk Bourdieu-nél is példát. A művészeti, és azon belül is az irodalmi mezőnek a gazdasági tőke az egyik strukturáló tényezője Bourdieu (2002) szerint.

8 Felvethető volna kritikaként, hogy a bibliatudomány mezőjének felépülésében nemcsak a tőketípusoknak van jelentőségük, hanem a vallási elköteleződés és az e beállítódás hiányának ellentéte is alapvető strukturáló mechanizmus. Elképzelhető, hogy valóban fontos ez a különbség. Ugyanakkor mivel a vallásos (de nem fundamentalista keresztény) szereplők is hajlamosak olyan nézeteket vallani, mint a nem vallásosak (például az evangéliumok szerzőiségéről, Jézusról mint történelmi személyről, az újtestamentumi interpolációkról, az őskeresztény egyházzól és más témákról), ezért vannak arra utaló jelek, hogy a vallásos / nem vallásos differencia nem egy a mezőt meghatározó fundamentális különbség. Ezért – és mivel sok esetben nehezen kideríthető, hogy valakinek van-e vallásos elköteleződése – nem is vezetem be strukturáló dimenzióként.

9 A folyóirat-publikációk és a folyóiratokban tett hivatkozások kétségkívül nem adnak teljes képet a tudományos presztízsről, hiszen ebben a bibliatudományban a monográfiáknak is nagy szerepük van – ugyanakkor a tudományos elismerést a jelenben a legjobban mégiscsak a nagy presztízssű folyóiratokban megjelent publikációk és az e folyóiratokban kapott hivatkozások alapján lehet leolvasni.

amelyek nagy valószínűséggel a bibliatudományhoz sorolhatók,¹⁰ és amelyekben publikálni és hivatkozásokat kapni tudományos presztízs.¹¹ A mintába a kiválasztott folyóiratokban 1980 és 2024 között megjelent publikációik bibliográfiai és hivatkozási adatai kerültek be. Azért ez a hosszú, negyvenöt éves időtartam került meghatározásra, mert ez nagyjából megfelel egy teljes akadémiai karrier hosszának, és a mező struktúrája nem pusztán az utóbbi néhány év alatt jött létre. A nagy tekintélyű kutatók például több évtizeden keresztül halmozzák fel a tudományos és/vagy pozícióbeli tőkéjüket. A befutott (vagy épp karrierjük egy pontján megrekedt) idősebb kutatók és a feltörekvő fiatalok alapvető különbsége nem lenne látható a csupán egy-két évre visszamenő pillanatfelvétel esetében.

A Scopus adatbázisából a válogatott folyóiratokban 1980 és 2024 között megjelent publikációk és a publikációkban található citációs adatok .csv formátumban kerültek exportálásra négy részletben.¹² A vizsgált időszakra a lapokban összesen 64 810 publikáció jelent meg. A négy .csv fájl cmd parancssorral egyesítve lett. Az egyesített .csv fájl alapján az R Studio Bibliometrix Biblioshiny kiegészítőjét (Aria & Cuccurullo, 2017) használva adatriportokat készítettem, a riportokat Excel-táblázatba exportáltam.¹³ Ez alapján lehet képet alkotni arról, hogy mely szerzők és dokumentumok a leghivatkozottabbak a folyóiratokban a vizsgált időszakban. A Biblioshiny előre adott lehetőségei közül a következő kimutatások bizonyultak hasznosnak a tanulmány témája szempontjából: a válogatott folyóiratokban publikáló szerzők közleményeinek száma e folyóiratokban;¹⁴ a szerzői impakt mértéke a válogatott folyóiratok publikációiban (a különböző mutatók közül különösen a műveikre itt adott hivatkozások száma¹⁵);¹⁶ a váloga-

10 A minta így sem tökéletes, mivel ezekben a folyóiratokban is jelennek meg nem teljesen a tárgyhoz kapcsolódó írások; ez abból adódik, hogy vannak vegyes profilú folyóiratok, amelyek mások mellett a bibliatudományi írásokat is publikálnak. De épp az utóbbi tény miatt hiba lett volna kihagyni ezeket.

11 A folyóiratok (és a néhány könyvsorozat) Scopus szerinti besorolása Q1–Q4. Felmerülhetne, hogy érdemes volna csak a Q1–Q2-es orgánumokat tekintetbe venni, hiszen ezek a legnagyobb presztízsűek, ez azonban túlzott szelektivitás volna, ugyanis például a bibliatudományban vannak olyan nem angol nyelvű folyóiratok, amelyek ténylegesen fontosak, de a nyelvi akadályok miatt nem érik el a Q2-es szintet.

12 Az adatmennyiség meghaladta az egy alkalommal exportálható adatok számára (húszezer rekord).

13 Szeretném kifejezni a hálámat Horváth Tamásnak, a PTE Tudásközpont Kutatástámogatási Osztálya munkatársának, aki a folyamat lebonyolításában hatalmas segítséget nyújtott.

14 Ez a Biblioshiny „most relevant authors” kategóriája.

15 „Authors’ local impact”, „total citations (TC)”.

16 Emellett a Biblioshiny képes kimutatást készíteni arról is, hogy a kiválasztott folyóiratokban a meghatározott időszakban mely publikációkat hányszor idéztek, akár a folyóiratokban jelentek meg, akár nem, akár szerepel a Scopusban a közlemény, akár nem (most local cited references). Ez a mutató összességében kevésbé bizonyult hasznosnak, mivel – a folyóiratos publikációk irodalomjegyzékei alapján – a lista számos nem bibliatudományi publikációt is szerepeltet. Így szerepel a listán például Habermas nyilvánosságköte, de Luhmann rendszerelméleti művei is. A rangsor már csak azért sem megbízható, mert egy adott mű jellemzően többször szerepel a listán különféle név és cím szerinti variációkban (például Larry Hurtado *Lord Jesus Christ* című kötete több mint tíz verzióban van feltüntetve, minden alkalommal bizonyos hivatkozottsági számokkal). Mivel ez a lista nem megbízható, több értelme van a folyóiratos publikációk irodalomjegyzékei alapján néhány kiválasztott szerző idézettségére célzottan rákérdezni. Lásd a főszöveget.

tott folyóiratokban megjelent publikációk idézettségi adatai és rangsora (nem csupán a szelektált lapokban, hanem az egész Scopusban).¹⁷

Oly nagy mennyiségű adathalmazról van szó, hogy szükséges a szelekció. A szelektálás során szempont volt, hogy szerepeljenek a listán olyanok, akik a hivatkozottsági hierarchia csúcsán, illetve a középső és alsóbb szegmensében helyezkednek el; olyan szerzők, akik „mainstream” álláspontokat képviselnek, és olyanok is, akik a mezőn belül „eretneknek” számító nézeteket vallanak; és legyenek YouTube-on aktív és nem vagy nem különösebben aktív szerzők is a listán. A korábban említett, az adatbázisból könnyen kinyerhető mutatók mellett az is hasznos információ volna, hogy a kiválasztott szerzőknek bármilyen művét – akár a folyóiratokban jelentek meg, akár nem, akár szerepelnek a Scopusban, akár nem – összesen hány alkalommal idézték a szelektált folyóiratok közleményeiben. Ezt a kimutatást a Biblioshony nem tudja létrehozni, ezért saját eljárást kellett kidolgozni a kiválasztott szerzők összes citációjának beszerzésére. Ennek érdekében az egyesített .csv fájlt importáltam az Excelbe. Az import során 3260 rekordot, az adatkészlet 5%-át hibásként észlelte az Excel, így ezek kimaradtak a későbbi számításokból. Mindazonáltal ez a hibaszázalék még elfogadható mértékű. Az 1980–2024 között megjelent közlemények adatait tartalmazó Excel-táblából az irodalomjegyzékeket tartalmazó References oszlopát külön fájlba mentettem, ahol az egyes szerzők kapcsán kimutatást készítettem az Excellel a nevük előfordulási gyakoriságáról, ami a válogatott folyóiratokban mindennemű művükre (scopusos, nem scopusos, folyóiratos, nem folyóiratos) érkezett hivatkozások számával egyenlő.¹⁸ Az 1. táblázat a Scopusból kinyert publikációs és hivatkozottsági adatokat jeleníti meg a kiválasztott szerzők kapcsán. Az így kinyert eredmények előnye, hogy lényegében beavatkozásmentesen kapunk képet a tiszta tudományos töke mezőbeli eloszlásáról, ahol is a mező magjaként a presztízses scopusos folyóiratok jelennek meg.

17 „Most global cited documents”: az e riportból származó adatok az 1. táblázatban nem kerülnek bemutatásra, de jó tájékoztatást nyújtottak arról, hogy kik a fontos (mert hivatkozott) szerzők, ezek az információk pedig hatással voltak arra, hogy mely szerzőket válogattam be a táblába.

18 A szerzők kapcsán a családnév és a keresztnév rövidítését használtam, Richard Bauckham esetében az alábbi Excel-függvényparancs szerint: =SZUM(HOSSZ(A1:A64816)-HOSSZ(HELYETTE(A1:A64816;"Bauckham R";"")))/HOSSZ(„Bauckham R”). Az így kapott adatok sem tökéletesek, mert előfordulnak olyan esetek, amikor a keresztnevük nincsenek feltüntetve a bibliográfiában, csak a családnévük, így ezek a találatok nem kerültek beszámításra. Azért döntöttem amellett, hogy a keresztnév kezdőbetűje is szerepeljen a keresési parancsban, mert csak családnéves keresés esetén túlzottan sok lett volna a téves találatok száma. Emellett előfordulhat az is, hogy két kutatónak azonos a családnéve és a keresztnéve kezdőbetűje, ami téves találatokat hozzárendelését jelentené az egyik szerzőhöz. A kiválasztott szerzőknél ellenőriztem, és nem fordult elő ilyen egyezés. A hivatkozottsági adatok amiatt sem teljesebbek, mert a 64 810 publikációból 13 401-nél (20,67%) hiányzott a bibliográfia, így az ezekben tett hivatkozások nem kerültek beszámításra. Vagyis fontos látni, hogy az egyes szerzők itt prezentált hivatkozottsági adatai valamennyire bizonyosan alacsonyabbak a valóságosnál, ugyanakkor arra utaló jelet nem találtam, hogy lenne valamilyen irányba szisztematikus torzítás.

1. táblázat. *Kiválasztott szerzők publikációs és hivatkozottsági adatai (a tiszta tudományos tőke indikátorai), 1980–2024*

Table 1. *Number of publications and distribution of citations among selected scholars (indicators of the capital of purely scientific prestige), 1980–2024*

Szerző	Publikációk száma a válogatott folyóiratokban ¹⁹	A Scopusban regisztrált publikációkra a folyóiratokban adott hivatkozások száma ²⁰	Rangsorbeli hely a Scopusban regisztrált publikációkra a folyóiratokban adott hivatkozások száma alapján ²¹	Az összes hivatkozások száma a válogatott folyóiratokban (nem csak scopusos művekre) ²²
Bauckham, Richard	41	442	10	1883
Carrier, Richard	2	29	2374	66
Collins, John J.	43	634	3	3198
BeDuhn, J.	0	0	–	356
Dunn, James D. G.	33	398	16	2502
Ehrman, Bart E.	12	117	257	905
Finkelstein, Israel	56	1037	1	1821
Fitzmyer, Joseph	8	76	605	2335
Frankfurter, David	26	498	4	580
Fredriksen, Paula	17	456	7	449
Goodacre, Mark	10	94	404	208
Hurtado, Larry	23	221	67	769
Johnson, Luke Timothy	11	84	505	786
Klinghardt, Matthias	7	108	301	171
Kloppenborg, John S.	25	421	13	922
MacDonald, Dennis R.	2	51	1113	240
Marcus, Joel	24	396	18	686
Mason, Steve	14	486	5	775
Na'aman, Nadav	11	669	2	653
Nongbri, Brent	19	206	79	184

19 „Author local impact”: a Biblioshiny riportja szerint a szerzők elemszáma 21 158. Ez a szám ténylegesen alacsonyabb, mert léteznek téves szerzői attribúciók is, amelyek valószínűleg amiatt következnek be, mert a szoftver a vessző karakterét érzékeli neveket elválasztó jelként. Például az ifjabbat jelző Jr. vessző után szerepel a szerzői nevekben, ami miatt a Biblioshiny a JR-t tévesen külön névként kezeli. Emiatt 218 (!) publikációval „JR” a legtermékenyebb szerző, de 53 közleménnyel III. is felkúszott a 12. helyre. Az ilyen anomáliák azonban nem gyakoriak és kezelhetők.

20 „Authors’ local impact”, „total citations”.

21 „Authors’ local impact”: szerzők „total citations” alapján csökkenő sorrendbe rendezve, a rangsorbeli hely a táblabeli sor számával azonos, miután a téves szerzőnevek – például JR – eltávolításra kerültek.

22 Saját számítás Excel-parancs alapján.

Pagels, Elaine	7	161	142	447
Price, Robert M.	13	42	1473	90
Tabor, James	4	42	1484	119
Trobisch, David	0	0	–	90
Vinzent, Markus	3	19	3716	131
Walsh, Robyn Faith	4	18	4001	19
Wright, N. T.	17	85	500	1183

Forrás: Scopus, R/Biblioshiny, saját számítás.

Az alábbiakban arra fogok kísérletet tenni, hogy négy kiválasztott tudós profilja alapján illusztráljam a bibliatudomány mezőjének négy szegmensének tipikus pozícióit. Ezt az erős selektivitást az magyarázza, hogy e helyütt valóban csak a tipikus pozíciók és az ezekkel összefüggő állásfoglalások bemutatása a cél. A részletesebb kép érdekében a kiválasztott kutatóknál a tisztán tudományos tőkével való ellátottság mellett szükséges figyelembe venni a másik két tőkeformát is. Mivel ez utóbbi kettő kapcsán egzakt adatok nem állnak rendelkezésre, csupán illusztratív kifejtésre kerül sor. A mezőn belül elfoglalt pozíció hatalmából eredő tőkére utalhat – más tényezők mellett – az, hogy ki milyen pozíciót tölt be, melyik egyetemen. A Scopus adatbázisa alapján ezt nem lehet számszerűen mérni, ugyanakkor az interneten publikusan elérhető adatok és a szerzők Scopusban szereplő intézményi affiliációi alapján lehet benyomásokot szerezni.²³ Az oktatói besorolás – például assistant professor, associate professor, full professor, distinguished professor („Distinguished professor”, 2025) vagy endowed professor („Endowed professor”, 2025) – mellett az is figyelembe veendő, hogy a kutatók munkahelye hol helyezkedik el a hasonló képzéseket folytató egyetemek rangsorában.²⁴ A gazdasági tőkével összefüggésben a külső gazdasági erőforrások feletti diszpozíció mértékére voltam kíváncsi, leginkább a következő indikátorok segítségével: a kutató műve(i) szerepeltek-e a valaha a New York Times bestsellerlistáján,²⁵ van-e monetizált YouTube-csatornája²⁶ vagy Patreon-oldala a szerzőnek (relevánsak lehetnének még a mezőn belül megszerezhető anyagi erőforrások, például a grantek feletti rendelkezés, de ezzel kapcsolatban nem találtam teljes körű adatokat tartalmazó oldalt). Az endowed professorship (külső forrásból finanszírozott professzúra) pedig valóban egyszerre indikátora a gazdasági tőkének és a pozícióból adódó tőkének.

23 Ezek a nyilvános adatok feltételezhetően nem teljes körűek. Emellett az is nehezítő tényező, hogy egyes szerzők több szerzői azonosítóval (author ID) rendelkeznek a Scopusban, ez a szűrőpróbaszerű ellenőrzéseim szerint a mező központi szereplőinél – akiknek sok publikációjuk szerepel a Scopusban – nem igazán fordul elő, inkább a Scopusban kevés publikációval rendelkező szerzők esetében találtam többszörös author ID-t, például az alábbiakban ismertetett Robert M. Price esetében. (Viszont az 1. táblázat az esetében is a teljes adatokat jeleníti meg.)

24 Az egyetemen belüli vezetői tisztségek vagy azok hiánya is fontos indikátora lenne ennek a tőkének, ugyanakkor ezzel kapcsolatban nem találtam információkat a vizsgált kutatók esetében.

25 Ezzel összefüggésben a Hawes Publications archívumát használtam (Adult New York Times, n. d.).

26 E célból a Ytlarge nevű website monetizációt ellenőrző aloldalát használtam (YouTube monetization checker, n. d.).

Tipikus pozíciók és állásfoglalások a biblical studies mezőjében (kutatói profilok)

Bart D. Ehrman²⁷ (1955–): Epizkopálisként nevelkedett, tinédzserként saját elmondása alapján fundamentalista²⁸ kereszténnyé, majd az egyetemi tanulmányai során fokozatosan liberális kereszténnyé vált. Egy idő után azonban agnosztikussá/ateistává vált, mivel úgy vélte, hogy a kereszténység (vagy bármely más vallás) nem ad megfelelő válaszokat a világban jelen lévő szenvedésre és rosszra (a teodícea problémájára). Ennek ellenére saját elmondása alapján továbbra is érez valamiféle affinitást a jézusi tanítások iránt. A mezőn belüli pozícióját magas (de nem a legmagasabb szintű) tiszta tudományos tőke, magas intézményes tőke és magas szintű gazdasági tőke jellemzi. Teológiai mesterfokozatát és a bibliatudományi PhD-fokozatát az egyik Ivy league egyetemen, a Princetonton szerezte 1985-ben az Újszövetség elismert szaktekintélyének, Bruce Metzgernek a témavezetése alatt. A válogatott folyóiratokban főleg az 1980-as és 1990-es években jelentek meg közleményei, számuk összességében inkább alacsony. Az 1990-es évektől kezdve leginkább monográfiák publikálásával foglalkozik, melyek rangos kiadóknál jelennek meg (Oxford University Press, Harper One). Könyveinek egy része a tudományos közönségnek szól, míg mások széles közönséget szem előtt tartó tudomány-népszerűsítő művek. Vagyis publikációs stratégiájában csökkent a jelentősége a tisztán tudományos felszentelést lehetővé tevő (folyóirat-)publikációknak. Ezzel együtt is relatíve sok hivatkozást kapott a különféle műveire: a Scopusban regisztrált publikációira a kiválasztott folyóiratokban adott hivatkozások száma (117) alapján az előkelő, de nem a hivatkozottsági hierarchia csúcsát jelentő 257. helyet foglalja el (1. táblázat); amennyiben az azokra a műveire érkezett hivatkozásokat is figyelembe vesszük, amelyek nincsenek regisztrálva a Scopusban (1. táblázat, jobb oldali oszlop), úgy magasabb citációs számot kapunk (905²⁹), ami azonban szintén nem emeli fel a legjobban hivatkozott szerzők közé, hiszen ez a mutató másoknál is magasabb az előbbinél.



A pozícióalapú vagy mezőn belüli intézményes tőkéje is magas, a University of Chapel Hill Vallástudományi Tanszékének oktatója – maga az egyetem a Times Higher Education (THE) bölcsészettudományi listáján világszinten a 101–125-ös sávban található, és szűkebben, a vallástudományi tanszékek között a Chapel Hill tanszéke világszinten a harmadik helyen van az edurank.org összesítése szerint (Edurank, Theology, 2025).³⁰ Ehrman a tan-

27 Források: Ehrman oldala az angol nyelvű Wikipédián, a bemutatkozó szöveg Ehrman saját honlapján (Bart's Biography, n. d.), illetve néhány YouTube-videóban tett megjegyzése.

28 A fundamentalista jelzőt a tanulmányban Zimmer (2009: 25–26) nyomán az eredeti, teológiai jelentése szerint használom. A fundamentalizmust eszerint az alábbi hitszerű előfeltevések jellemzik: a Biblia tévedhetetlen; nincsenek benne ellentmondások; a tekintélye abszolút és azonos szinten áll Istenével; tilos a Bibliát kritikai vizsgálódásnak alávetni; a Biblia közvetlenül – a konkrét megfogalmazások szintjén is – Isten által inspirált könyv.

29 A jelentős különbség a Scopusban nem regisztrált monográfiákra adott hivatkozásoknak köszönhető.

30 Az intézményi tudományos teljesítménnyel összefüggésben az oldal az OpenAlex adatait használja.

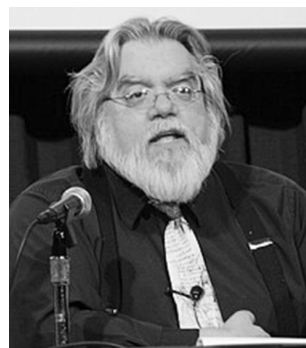
székén magas és elismerést nyújtó pozíciót tölt be (James A. Gray distinguished professor). A mezőn belüli befolyását növeli, hogy az oktatásban széles körben használt könyvek szerzője is, például társszerzője a mestere könyve felújított kiadásának (Metzger & Ehrman, 2008). A gazdasági tőke feletti diszponálás tekintetében kifejezetten előkelő helyzetben van. A New York Times bestsellerlistáján 5 (!) *popular science* könyvével is szerepelt, ami széles körű ismertséget teremtett számára. Emellett a videós kurzusok készítésébe már hamar becsallt, a 2000-es évek elejétől. Profi háttérembereket is foglalkoztat, rendszeresen tartalmakat megosztó népszerű YouTube-csatornával rendelkezik. Emellett saját honlapja is van, ahol rendszeresen a blogbejegyzések, illetve fizetős szolgáltatásokat is igénybe lehet venni (például online kurzusok vagy a New Insights on the New Testament című online konferenciasorozaton való részvétel megvásárlása). A magas gazdasági tőke csupán az ezen eszközök feletti diszponálást jelentik, nem szükségszerűen azt, hogy saját célra is fordítódnak. Ehrman többször is kijelentette,³¹ hogy a honlapjának és a YouTube-csatornájának a bevételeit jótékonyági célokra fordítja (illetve nagy valószínűséggel a személyzet fizetésére is költeni kell). Vagyis nem a bevételek elköltése számít, hanem a bevételek mértéke. Videói-ban több alkalommal nyilatkozta, hogy míg kutatói pályája korai szakaszában az aprólékos szövegkritikai problémákban merült el, addig ma a tisztán tudományos viták lefolytatása már kevésbé hozza lázba, és a szélesebb publikumhoz is szólni kíván. Befolyását tehát a bibliatudományos mezőn kívülre is ki kívánja terjeszteni. Már évek óta számos, a (korai) kereszténységgel kapcsolatos publikus előadást tart, emellett rendszeres résztvevője nyilvános diskuszióknak, ahol gyakran evangélikális-fundamentalista keresztényekkel vagy a történeti Jézus létezését tagadó ateistákkal vitáznak. Mindkét csoport számára az egyik legfőbb intellektuális ellenfélnek számít (mivel egyrészt elveti a Biblia szószerinti értelmezésének gondolatát, másrészt tudománytalanként elveti a „Jézus-tagadók”³² nézeteit).

Ehrman ateista nézetei alapján azt lehetne feltételezni, hogy a mezőben radikális álláspontot képvisel (mivel a mező résztvevői nagyobb részt vallásosak), ugyanakkor – némi sajátos szkeptikus íztől eltekintve – relatíve bevett, mainstream nézeteket képvisel. Például Jézust olyan apokaliptikus prófétának tekinti, akit és akinek a nézeteit mélyen meghatározta a saját zsidósága és a korabeli zsidó kontextus. Az Újtestamentum könyveinek szerzőiségével és keletkezési sorrendjével összefüggésben is igen hasonlókat olvashatunk nála, mint például a református Biblia revideált fordításának (a német evangélikus egyház kommentált Bibliájából átvett) értelmező megjegyzéseiben. A beszédforrással (Q) kapcsolatban is az uralkodó nézetet képviseli (hogy létezett). Stb. Mindez azt illusztrálja, hogy nem annyira a vallásosság bír strukturáló erővel a mező szempontjából, hanem nagyobb hatással van az állásfoglalásokra a mezőbeli (ez esetben előkelő) pozíció. Fontos témái: gnosztikusok és apokrif szerzők, korai kereszténység, szövegkritika, interpolációk és szövegromlás az Újszövetség könyveiben, egyházatyák, a történeti Jézus, valamint a krisztológiai nézetek kialakulása és változásai.

31 Lásd Hurtado (2012, 2015) blogbejegyzését, aki Ehrman e-mailjeire hivatkozva állítja ezt. Illetve Ehrman egy friss blogbejegyzése is azt hirdeti, hogy 2012 óta a honlapjából, blogjából származó bevételek alapján hárommillió dollárt gyűjtöttek és fordítottak jótékonyásra (Ehrman, 2025).

32 A témához lásd még: Czire, 2012.

Robert M. Price³³ (1954–): Price azonos generációhoz tartozik, mint Ehrman. Már korán részt vett egy fundamentalista szellemiségű baptista gyülekezetben. A lelkészi tevékenységet lehetővé tevő teológiai mesterfokozatát az evanglikális szellemiségű Gordon–Conwell Theological Seminaryn szerezte 1978-ban. Az 1970-es évek végétől, az 1980-as évektől eltávolodik a fundamentalista keresztény nézetektől, és teológiailag liberális álláspontot képvisel. A metodista háttérű Drew Universityn két PhD-fokozatot is szerzett: 1981-ben szisztematikus teológiából, 1993-ban újtestamentum-kutatásból (az egyetem nem tartozik az USA-beli egyetemek elitjéhez; vö.



Forbes Top Colleges 2025 #370, 2025). Néhány évig a baptista háttérű University of Mount Olive oktatója volt (az intézmény elsősorban regionális jelentőségű; vö. „University of Mount Olive”, 2025), majd az 1980-as években több évig baptista lelkészként tevékenykedett. Lelkesi és oktatói tevékenysége mellett az ún. Jesus Project tagja is volt (egy nonprofit szervezet által finanszírozott kutatás a történeti Jézus létezésével vagy nem létezésével kapcsolatban, szélesebb publikum megcélzásával). Idővel szkeptikussá vált a kereszténységgel szemben, ateistává vált, és 1994-ben felhagyott a lelkészi tevékenységével, elhagyva a baptista egyházat. Ezt követően fokozatosan egy, a bármiféle intézményes vallásossággal erőteljesen szkeptikus álláspontra helyezkedett. Az utóbbi egy-két évtizedben fokozatosan közeledett a (Jézus létezését tagadó) „miticista” állásponthoz, és végül ma már maga is úgy véli, hogy Jézus nem létezett történeti személyként, hanem pusztán mitikus figura, akit kitaláltak (hasnolón például Herkuleshez). Jelenleg (és már jó ideje) nincs tudományos intézményi affiliációja. PhD-fokozatai és bibliatudományi publikációi alapján legitim szereplője a mezőnek. Intézményi pozíciói nincsenek, tehát gyakorlatilag periferikus figura az intézményes pozíciók feletti hatalom tőkéje szempontjából. A tiszta tudományos tőkéje is relatíve alacsony szintű. A kiválasztott folyóiratokban kevés publikációja szerepel (13, ugyanakkor ezek között ókori dokumentumok fordításai is vannak). A Scopusban regisztrált publikációira a folyóiratokban 42 hivatkozás érkezett, ami a hivatkozottsági rangsor 1473. helye. Ha a Scopusban nem szereplő műveit is tekintetbe vesszük, akkor az idézettsége: 90. Saját, magánkiadású folyóirata van (*Journal of Higher Criticism*), amely azonban nem jegyzett semmilyen adatbázisban, nem presztízsteli folyóirat. Számos monográfia szerzője, amelyek azonban nem megbecsült tudományos kiadóknál jelennek meg (Pitchstone Publishing, Prometheus Books, Signature Books, Wildside Press), és amelyekre jellemzően nem hivatkoznak a folyóiratokban. Harmadrészt – amennyire az interneten található adatok alapján látszik – a gazdasági tőkéje is alacsony. Nem szerepelt könyve a New York Times bestsellerlistáján. Van YouTube-csatornája, amit egy másik – nem tudós – emberrel közösen visz, mely azonban nem monetizált. A Patreon-oldalán (Patreon: Robert M. Price, n. d.) az önképéről sokat mondóan azt írja, hogy mivel túl nagy a tudása, az intézmények nem fog-

33 Források: Price oldala az angol nyelvű Wikipédián, Scopus-affiliációk, a saját honlapja (Price, n. d.), valamint a Patreon-oldalának (Patreon: Robert M. Price, n. d.), bemutatkozó szövege

lalkoztatják, ezért az alternatív csatornákon terjeszti a tudását. A bemutatkozó szövegéből kiderül az is, hogy a Patreonra azért van szüksége, hogy rendszeres jövedelme és megélhetése legyen, és hogy megfizethesse a videóí létrehozásában közreműködőket, különösképpen a feleségét, akinek szeretné, hogy ne kelljen máshol bérért dolgoznia (az elmondottakból az következik, hogy magának R. M. P.-nek nincs rendszeres jövedelmet biztosító állása). A Patreon információi alapján 168 fizető támogatója van, ami nem számít magas számnak.

A bibliatudományi mezőben Price látható módon periferikus pozíciót tölt be, minden tekintetben alacsony tőkevolumennel. A mezőbeli pozíciója tükröződik a habitusában és a bibliatudományi kérdésekben elfoglalt álláspontjaiban is. A Patreonon olvasható önbemutatója alapján egy önmagára nonkonformistaként gondoló ember képe jelenik meg, aki fittyet hány a vélt vagy valós akadémiai és intellektuális konvenciókra, aki azonban saját érzékelése szerint stigmatizálttá vált a tudósközösségben, és akit – szól a következtetés – emiatt nem is alkalmaznak.³⁴ A mezőn belül radikálisan heterodox és eretnek nézeteket képvisel: véleménye szerint Jézus nem létezett, hanem kitalált figura, de azt is vallja, hogy Markión evangéliuma volt a legelső, és a kanonizált evangéliumok ezt követték (látens polémiát folytatva Markiónnal). Saját magát egyfajta underdogként fogja fel és láttatja, feltehetőleg ezért is azonosul szívesen olyan figurákkal, akikkel kapcsolatban releváns lehet az a percepció, hogy ők maguk is mások által héttérbe szorított alakok voltak (hogy ténylegesen is azok voltak-e, más kérdés). Ilyen figura lehet Markión, de mindezek mellett nagy rajongója és kutatója a horrorszerző H. P. Lovecraftnek, aki szintén egy outsiderfigura a hagyományos polgári magaskultúrához képest. Talán a kulturális preferenciái is szimbolikus elhatárolást jeleznek az akadémiai világgal szemben, ahol továbbra is erős pozíciói vannak a magaskultúrának (videói háttérben gyakran popkulturális preferenciákra utaló jelek láthatók, például a fantasy műfajához köthető figurákkal teli polcok). Összefoglalóan, Price arra példa, hogy a mezőn belüli periferikus pozíciók miként fejeződnek ki eretnek nézetekben, és hogy e nézetekben miként tükröződik a mező fennálló viszonyai megváltoztatásához fűződő érdek.

Richard Bauckham³⁵ (1946–): angol anglikán teológus, teológiatörténész, Újtestamentum-kutató, krisztológiai szakértő, János evangéliumának kutatója. Bauckham a University of Cambridge-en szerezte a doktori fokozatát. Először néhány évig a University of Leeds, majd 1992-től a nyugdíjazásáig a University of St. Andrews oktatója volt. Kutatásának fontos témái: a korai kereszténység, Jézus és az Újtestamentum viszonya, krisztológiai elképzelések alakulása, az Újtestamentum megbízhatóságának kérdése, Biblia és ökológiai kérdések. Me-



34 „I know too much! Too much for anyone to hire me! My writings have made me professionally radioactive. So I am pursuing my own alternate means of sharing my expertise, and no one pays me to do it” (Patreon: Robert M. Price, n. d.).

35 Források: Bauckham angol nyelvű Wikipédia-oldala, valamint saját honlapja (Richard Bauckham, n. d.).

zöbéli pozícióját tekintve Bauckham is a domináns szegmensében helyezkedik el, Ehrmanhoz képest annyi különbséggel, hogy a legmagasabb tiszta tudományos tőkével rendelkező kutatók között van. Összesen 41 publikáció szerzője a válogatott folyóiratokban; a Scopusban regisztrált publikációira a folyóiratokban 442 alkalommal hivatkoztak, ami az itt publikáló szerzők közül a citációk tekintetében az előkelő 10. helyet jelenti; az összes (nem csak scopusos) művére kapott hivatkozásainak száma a válogatott folyóiratokban 1883. Intézményes/pozícióbeli tőkéje is magas, hiszen a St. Andrews-i Egyetem a bölcsészettudományi képzést nyújtó intézmények közül a THE besorolása szerint világszinten a 35. helyezést éri el jelenleg. A University of St. Andrews-on endowed professzori pozíciót töltött be nyugdíjazásáig. Elismertségét és intézményi pozícióit jelzi, hogy a British Academynek és a Royal Society of Edinburghnek is a tagja. Gazdasági tőkéje, amennyire kívülről megállapítható, kevésbé magas Ehrmanhez képest: New York Times bestsellerrel nem rendelkezik; miközben maga is olyan tudós, aki gyakran vállal nyilvános szereplést és számos YouTube-videón szerepel, nincs önálló csatornája. Pozícióját összességében a teljes körű tudományos és intézményi felszentesítés kifejezésével lehetne jellemezni. Mezőbéli előkelő pozíciója tükröződik abban, hogy a mező szempontjából mainstream, avagy ortodox álláspontokat képvisel. Például a leghíresebb és nagy elismertségnek örvendő monográfiájában, a *Jesus and the Eyewitnesses*ben³⁶ (Bauckham, 2006) amellett érvel, hogy valamilyen formában az evangéliumok szemtanúi beszámolókon alapulnak (János egy közvetlen szemtanú, Presbiter János tanúságtételén; a többi evangélium szerzői pedig más szemtanúk beszámolóit használták fel).

Robyn Faith Walsh:³⁷ Walsh a fiatalabb bibliakutatók nemzedékéhez tartozik. Jelenleg a University of Miami Department of Religious Studiesán associate professori pozíciót tölt be. PhD-fokozatát a Brown Universityn (THE, bölcsészettudományok: 57. hely világszinten) nyerte el. Walsh rendkívül agilis: számos konferencia-előadást tartott, aktív a saját egyetemén, számos könyvfejezet, lexikoncikk és egyéb publikáció szerzője. Több szakmai folyóirat szerkesztőbizottságának a tagja (például a *Journal for the Study of the Historical Jesus*). Több kutatási grant és kutatói díj nyertese. Rendszeresen szerepel a médiában és az online felületeken, így a YouTube-on is. Saját YouTube-csatornája nincs, ugyanakkor Bart Ehrman csatornájának állandó szereplője, ahogyan a később tárgyalandó „amátor” csatornákon is gyakran látott vendég. A válogatott folyóiratokban egyelőre nem publikált sokat, és az idézettsége sem nagy, azonban mivel a karrierjének még a relatíve korai fázisában van, ez nem meglepő (4 publikáció a folyóiratokban, melyekre 18



36 Ezen elismertséget példázza, hogy a presztízsteli *Journal for the Study of the Historical Jesus* folyóirat különszámot szentelt a könyvnek 2008-ban.

37 Forrás: a kutató saját honlapján szereplő önéletrajz (Walsh, 2025), illetve a monográfiájának szentelt Wikipédia-bejegyzés („The Origins of...”, 2025).

hivatkozás érkezett ezen orgánumban, ami a 4001. pozíciót jelenti a citációs hierarchiában; az összes műveire 19 hivatkozás érkezett a folyóiratokban). Ez idáig egy monográfia, a *The Origins of Early Christian Literature* (Walsh, 2021) szerzője. Ezen művében Walsh a mezőbeli uralkodó álláspontoktól több tekintetben eltérő, ám nem teljesen eretnek nézeteket fejt ki. Például szerinte téves az a bibliatudományban sokáig bevett nézet, mely alapján egymástól elkülönülő és orális tradíciókra épülő korai keresztény közösségeket feltételeztek, amelyek aztán az evangéliumokat úgymond kitermelték. Ezzel szemben azt az álláspontot képviseli, hogy az evangéliumok szerzői nem valamiféle sajátos lokális keresztény közösség szószólói voltak, hanem mélyen beágyazódtak a görög–római kulturális kontextusba. A szerzők maguk pedig a korabeli kulturális termelés elitjéhez tartoztak. Mivel az orális tradíció és a Vermes Géza (1995) óta kiemelten fontossként kezelt antik judaisztikus kontextus helyett a görög–római kultúra hatását³⁸ hangsúlyozza az evangéliumokban, ezért munkáját úgy lehet értelmezni, mint ami színvonalas és tudományosan legitim módon egyfajta paradigma-váltás (vagy legalábbis hangsúlyeltolódás) előmozdításán fáradozik. Munkásságában egy feltörekvő habitus fejlődik ki, amelyben tükröződik a mezőbeli pozíciója (nem a legelőkelőbb pozíció, ugyanakkor reális esély a feljebb jutásra).

A bemutatott profilok alapján tehát megmutatkoznak tipikus pozíciók a bibliatudomány mezőjében: a domináns pozíciók (akár az egységesen erős tiszta tudományos és intézményi felszenteltség, akár a némileg gyengébb, de tovább is erős tiszta tudományos konszekráció erős intézményi háttérrel), a mezőn belüli tartósan alávett pozíció és a felfelé ívelő pálya pozíciója. A bourdieu-i látásmóddal összhangban az is megmutatkozott, hogy a mezőn belül elfoglalt álláspontok (ortodox nézetek és a variánsaik, eretnek nézetek, legitimen forradalmi nézetek) korrelálnak a pozíciók szükségleteivel, implicit érdekeivel (status quo fenntartása, megváltoztatása, befutás). Az alábbi fejezet a bibliatudomány és a YouTube viszonyát veszi szemügyre.

4. BIBLIATUDOMÁNY A YOUTUBE-ON

A YouTube számtalan, a kereszténységgel kapcsolatos csatorna és videó tárháza: vannak különféle felekezetekhez és a vallási életükhöz kötődő, hitvédő vagy skeptikus/ateista szemléletű, evangelizáló vagy elemző jellegű tartalmak. Az alábbiakban olyan YouTube-csatornákra fogok koncentrálni, amelyek nem annyira a vallási élettel vagy a vallási elvek propagálásával, hanem a bibliatudomány kérdéseivel foglalkoznak. Ennek kapcsán az az érdekes tendencia figyelhető meg, hogy egyrészt néhány kutató kifejezetten aktív a platformon, ugyanakkor több olyan nem tudósok által fenntartott csatorna is van, amelyekben érdeklődő kívüllálók vitatják meg a bibliatudományhoz kapcsolódó kérdéseket vagy meghívott vendégekkel (gyakran bibliatudósok),

³⁸ Ez nem új gondolat, hiszen az 1. táblázatban szereplő Dennis R. MacDonald már évtizedek óta ezt az álláspontot képviseli meglehetősen szívóssággal és kitartással. Ugyanakkor úgy tűnik, hogy MacDonald – aki egy korábbi generáció képviselője – művei „rossz időben” íródtak, amikor még nem volt receptivitás ezen gondolatokra. Ezt tükrözi a táblázatban is látható idézettsége.

vagy egymás között. A kifejtés mindkét csatornatípus értelmezéséhez adalékokat kíván nyújtani, ugyanakkor e helyen is szükséges a szelektivitás. Első lépésben néhány szikár adat alapján bemutatok néhány csatornát mindkét csoportból, majd második lépésben jellemzem a két típusban érvényesülő tendenciákat.

A bibliatudósoknak, akik aktívak a YouTube-on, lehet saját csatornájuk, vagy lehetnek gyakori vendégek mások csatornáján (tudósoknál vagy nem tudósoknál).³⁹ Ezek kapcsán a tudománykommunikáció, avagy a tudományos eredmények terjesztése popularizálása áll a fókuszban. Például Bart Ehrman YouTube-csatornája (Bart D. Ehrman, n. d.) 2013 novemberében indult, és jelenleg 190 ezer feliratkozóval rendelkezik. A csatorna nem monetizált, és YouTube-on kívüli fizetési lehetőségek (például Patreon, Paypal) sincsenek felkínálva. Évente átlagosan 54, havonta átlagosan 4,3, hetente pedig kb. 1 videó kerül megosztásra itt. A videókat átlagosan 58-59 ezren nézik, a legnépszerűbb videó pedig jelenleg 2,3 millió megtekintésnél jár. Egy másik, kisebb léptékű csatornát James Tabor (n. d.) működteti, a University of North Carolina at Charlotte emeritált professzora. Az ő csatornája sem monetizált, jelenleg 806 ezer feliratkozóval rendelkezik, átlagosan 32 videót tesz közzé évente, havonta 2,7-et, hetente pedig 0,6-ot. A csatorna videóinak átlagos nézettsége hozzávetőlegesen 25 ezer, a legnézettebb videó pedig 806 ezer megtekintésnél jár. Tabor – Ehrmanhez hasonlóan – a saját honlapján (Religion Matterns, n. d.) online kurzusokat kínál. Robert M. Price kettődmagával viszi a Wise as a Serpent (Wise as a Serpent, n. d.) nevű, 2018 óta létező csatornát. A csatorna monetizált, azonban csupán 3660 feliratkozóval rendelkezik, évente átlagosan 91 videót posztolnak, havonta 7,6-ot, hetente pedig 1,75-öt. A videókat átlagosan 464-en nézik meg, de a legnépszerűbb videó is csak 957 megtekintésnél jár.

A bibliatudománnyal foglalkozó nem tudósi csatornák közül szándékosan olyanokat választottam ki, amelyek szkeptikus, ateista és/vagy valláselhagyó orientációt követnek, mert a – többségében vallásos szereplőket felvonultató – bibliatudományi mező autonómiájának kérdése élesebben merül fel akkor, ha a „kívülről bekiabálók” nem vallásosak. Az ilyen jellegű csatornák közül a Derek Lambert nevű youtuber által 2018 óta működtetett Mythvision Podcast (n. d.) a legnagyobb elérésű a maga 286 ezer feliratkozójával. A csatorna monetizált, tehát a videókból és a reklámokból bevétel származik, de közvetlenül is lehet támogatni a csatornát, például a Patreonon vagy a Paypalen keresztül, illetve lehet pólókat, egyéb cikkeket is vásárolni. Évente átlagosan 266, havonta 22,2, hetente pedig 5,1 videó kerül feltöltésre a csatornára. Az átlagos megtekintés 30 ezer körüli, a legnépszerűbb videó pedig másfélmillió megtekintéssel rendelkezik. Hasonló vonalon mozog és hasonló üzleti modellt képvisel Neal Sendlak Gnostic Informant nevű, 2021 óta létező csatornája. A csatorna szintén monetizált, de a nézők közvetlenül is fizethetnek a tartalomgyártónak, és itt is van merchandise. A legnépszerűbb videó 1,9 millió megtekintésnél jár, az egyes videók átlagos nézettsége hozzávetőlegesen 32 ezer, a videók posztolási gyakorisága is hasonló. Végül, a 2020 óta létező History Valley (n. d.) nevű, 33 ezer feliratkozóval rendelkező monetizált csatornát Jacob Berman működteti. A legnézettebb videó

39 Aktív tudósok mások mellett: Mark Goodacre, Bart D. Ehrman, Dennis R. MacDonald, Dan McClellan, Robert M. Price, James Tabor, Markus Vinzent, Robyn Faith Walsh.

142 ezer megtekintéssel rendelkezik, a videókat átlagosan 5872-en nézik meg; éves szinten átlagosan 169, havonta 14, hetente pedig 3,25 videó kerül feltöltésre.

Az alábbiakban a két típus egy-egy csatornájának bemutatására kerül sor tartalmi szempontból. Ehrman YouTube-csatornáján heti rendszerességgel kerül sor a podcastjára, amelyben Meghan Lewisszal (egyetemi pozíció nélküli, de PhD-fokozattal rendelkező személy) vitatnak meg bibliatudományi kérdéseket ismeretterjesztő jelleggel. Az érintett témák a mező szempontjából legitim tudományos kérdések, olyanok mint: a Szentháromság elgondolásának eredete, a történeti Jézus, a történeti Pál és szerepe a kereszténység megalapításában, a kanonizáció folyamata és mérőföldkövei, Jézus megjelenítése a külső forrásokban, például Flaviusnál, interpolációk és szövegromlás az Újtestamentum könyveiben, az apostolok és tanítványok Jézus-képe (istennek tartották-e őt az életében?), a krisztológiai elképzelések (át)alakulásai, a gnoszticizmus jellemzői, apokrif iratok, az újtestamentumi könyvek tényleges szerzőisége, pseudoepigráfia a bibliai és azon kívüli, apokrif evangéliumok (például Tamás kopt evangéliuma), ellentmondások az evangéliumok között, szerzői szándékok az egyes evangéliumoknál, az evangéliumok történeti megbízhatóságának kérdése, a szinoptikus probléma, különbségek Pál tanítása és a jézusi tanítások között, Jézus mint apokaliptikus zsidó próféta, az Újtestamentum könyveinek eltérő Jézus-képe. Ezek mellett rendszeresen hirdetik az Ehrman és a közreműködői által az érdeklődő közönség számára meghirdetett online kurzusait (ezek többségében fizetősek, ritkábban ingyenesek). Maguk a beszélgetések is gyakran voltaképpen a kurzusokat népszerűsítő ízelítők. A videócímek áttekintése során nem találtam arra utaló jeleket, hogy idővel hangsúlyeltolódások következtek volna be a videók témájával összefüggésben. A videócímek figyelemfelhívó jellegűek, de nem érik el azt a szintet, ahol már szenzációhajásznak, kattintásvadásznak (*clickbait*) minősülnének. A szerző a honlapján és a blogján is aktív, ott egy külön közösség alakult ki, elmondása alapján élvezi a velük való diszkussziókat (vannak személyes jelenléti események is), gyakran jobban, mint a tudóstársakkal folytatott vitákat. Ehrman és a más tudósi YouTube-csatornák működése kapcsán kérdésként merül fel, hogy vajon átalakítja-e a mező struktúráját, erőviszonyait az, hogy bizonyos (jellemzően nem a legmagasabb tiszta tudományos tökével rendelkező) szereplők nagyobb figyelmet kapnak, mivel nézeteiknek szélesebb az elérése. Veszélyeztet-e ez a tudományos elméletek mezőn belüli bevett szelekciós elveit? E kérdéssel a következő fejezet foglalkozik.

A Mythvision Podcast ezzel szemben kevésbé tudományos. A csatorna névjegye⁴⁰ alapján ugyan mindenféle vallást és mitológiát tematizálnak, és valóban vannak nem a kereszténységgel foglalkozó videók, de a fő hangsúly mégis ez utóbbin van. A videókban tárgyalt témák illusztratív példái (az eredeti megfogalmazási stílust megőrizve): tényleg létezett-e Jézus?; az evangéliumok a homéroszi Odüsszeiát utánozzák; a Jahve-féle istenkoncepció történeti létrejötté; Péter utálta Pált?; „Goodbye christianity” (valláselhagyók vallomásai); Jézus tévedései az apokaliptikus próféciaiban; a Genezissel vagy az ótestamentumi szereplőkkel kapcsolatos mítoszok; szem-

40 „We discuss mythology, syncretism, astrotheology, gematria, sacred geometry, secret societies, ancient languages, history, prophecy, scholarship, conspiracies, heretical ideas, myth interpretations, deconversion stories and we really want to take down authoritarian cults like Scientology, Jehovah's Witnesses, Children of God, FLDS (Spin-offs of Mormons) and other harmful cults.”

tanúi beszámolókon alapulnak az evangéliumok?; evanglikális keresztényekkel szembeni videók; kik írták az evangéliumokat?; holt-tengeri kéziratok; Mózes mint kitalált figura; stb. A példák alapján is látszódik, hogy itt igen gyakran ténylegesen szenzációhajászó címadásokkal van dolgunk (a tartalmak gyakran enyhébbek, de a csatorna monetizáltsága miatt úgy tűnik, hogy a fenntartója szükségét érzi annak, hogy minél több embert késztesen arra, hogy a videóira kattintson). Ezt a tendenciát erősíti az is, hogy a frissebb videók szinte kivétel nélkül mesterséges intelligencia által generált hatásvadász és giccses képeket használnak a videók bevezető háttérképeként.

A videókban Derek Lambert beszélgetőpartnerei három körhöz sorolhatók. Egyrészt gyakran beszélget hasonló érdeklődésű youtuberekkel valamilyen témáról. Másrészt vannak rendszeresen visszatérő, vagy csak alkalmilag meginterjúvolt bibliatudósi konverzációs partnerei (például Ehrman, Tabor, Price, Walsh, Pagels, Crossan, J. J. Collins, MacDonald, Price, Carrier és mások). Közülük többen valóban elismertek és fontos figurának számítanak a bibliatudományban, mások viszont a mezőn belül periferikus helyzetet foglalnak el. Harmadrészt a podcastban szerepelnek olyan a mező szempontjából kívülállók, akik Jézus történetiségével kapcsolatban vagy egyéb témákról „unortodox” nézeteket vallanak, vagy egyértelműbben megfogalmazva: áltudósok (például Joseph Atwill, David Fitzgerald). Az e csoporthoz tartozók jellemzően a miticista álláspontot képviselik, miszerint Jézus csupán kitalált, mitikus hőssé stilizált alak.

A bibliatudományi mező autonómiája szempontjából érdekes kérdések merülnek fel a mezőn belüli periferikus szerzők és a mezőn kívüli áltudósok szerepeltetése (vagy ezek gondolatainak youtuberi ismertetése) kapcsán. A mező dominált pólusán vagy többé-kevésbé perifériáján elhelyezkedő tudósok (például MacDonald, Price, Vincent) a folytonos szereplés révén sokkal nagyobb láthatóságot kapnak, mint amit a tudományos mezőben nekik kiosztott presztízs alapján várnánk. Kérdés, hogy ez valóban rossz-e. A szociológiából ismerünk több olyan esetet, hogy a saját korukban periferikus szerzőket a későbbiekben felfedeztek, kanonizáltak, és mára megkérdőjelezhetetlen tekintélyekké váltak (például Schütz, Elias). Vannak olyan esetek, amikor a bibliatudományi mező periferikus résztvevőinek nyújtott aránytalanul nagy szereplési lehetőségnek mintha lennének pozitív hatásai. Dennis R. MacDonald például az adatok és a videóiban tett megnyilatkozásai szerint (mivel úgy érzi, hogy ignorálják a nézeteit) is a tudományos mező kevésbé sikeres képviselője. Azt az elméletet képviseli (meglehetősen szívóssággal), hogy az evangéliumok szerkesztési elvei, narratológiája, képei közvetlen homéroszi hatást mutatnak. A mezőben ez egy heterodox nézet, mivel a mainstream konszenzus a korabeli judaisztikus hatásokat hangsúlyozza, illetve azt, hogy a Jézus-követők zsidó szektája miképp terjeszkedett ki a pogány világba. Az elmélet igazságtartalma nem lehet e tanulmány témája, ugyanakkor annyit talán meg lehet jegyezni, hogy ha nem is volt olyan erős a homéroszi és hellenisztikus hatás, ahogyan azt MacDonald feltételezi, ha a nagyobb figyelem révén indulnának a kérdésre fókuszáló kutatások, ezek talán gyümölcsöző eredményeket hoznak.⁴¹

41 A maga idejében Vermesnek is harcolnia kellett azért, hogy elfogadtassa a zsidó kontextus alapvető formáló hatását, és azt, hogy Jézust zsidó prófétaként kell értelmezni egy zsidó világban. Ez ma már

Máskor viszont a perifériális szerzők nagy arányú szerepeltetése inkább kártékonynak tűnik: Price, Carrier, Vinzent és mások olyan nézeteket képviselnek, amelyek nagyon messze vannak a mezőben legitimnek számító álláspontoktól. Kétségtelenül, a társadalom- és humántudományos mezőkben soha sincs olyan mértékű konszenzus, mint ami létrejöhet a természettudományokban egyes kutatási eredményekkel, elméletekkel kapcsolatban, tehát a legitim elméleteknek nagyobb a pluralitása. Ugyanakkor a humántudományokban és így a bibliatudományban is érvényesülnek a Bourdieu által elmondottak, hogy ti. a konkurensok ítélik meg egymás eredményeit, elméleteit, de a valóság mint referencia alapul vételével. A szereplőket kétségtelenül vezérlik az érdekeik, és ez alkalmanként torzító hatású is lehet, ugyanakkor az elméletek, eredmények kiértékelésekor a tudósoknak figyelembe kell venniük a mezőben az évszázadok során felhalmozódott tudást, a kritikai és módszertani elveket, a kikristályosodott elméleteket. Így az ellenfelek általi validálás feltehetően nem teljesen önkényes, és bizonyos, a mainstreamtől nagyon távoli mezőn belüli állásfoglalásokról (így például Markión elsőbbsége vagy Jézus történetietlensége) kimondható, hogy messzemenően valószínűtlen, hogy helytállóak volnának, és ebben az értelemben nem véletlen a periférikus helyzetük. Komolyan felmerülhet tehát az az aggodalom, hogy az ilyen nézetek túlzó mértékű megjelenítése veszélyt jelenthet a bibliatudományi mezőre. Hasonló aggodalmak fogalmazhatók meg a tudományos mezőn kívüli al-tudósok szerepeltetésével is. Nagy felületet kapnak olyan elméletekkel, amelyeket már réges-rég megcáfoltak.⁴²

Kérdés, hogy miért kap e két szereplői kör kiemelt figyelmet? Ezek a nem tudósi YouTube-csatornák hasonló helyet foglalnak el, mint a mező periférikus szerzői és a kívülálló „self-made” tudósok: vagy a mező perifériáján vannak (ha egyáltalán részei a mezőnek),⁴³ vagy azon is túl. A pozíciók homológiája képes affinitást teremteni a periférikus helyzetű vagy önmagukat ilyenként értelmező szereplők között. Fontos jelezni ugyanakkor, hogy mindhárom nem tudósi csatornán markánsan jelen van egy időbeli tendencia: a mezőn belüli periférikus és a tudománytalan nézetek a csatornák kezdeti időszakában jóval gyakrabban jelentek meg, míg manapság kevésbé vannak jelen.

5. DISZKUSSZIÓ: VESZÉLYBEN A BIBLIATUDOMÁNYI MEZŐ AUTONÓMIÁJA?

Az alábbiakban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a YouTube-csatornák két vázolt típusa (tudósi és nem tudósi) által biztosított szelektív figyelem módosíthatja, torzíthatja-e a bibliatu-

common sense. Hasonlóan, elképzelhető, hogy a macdonaldi perspektíva bevonása is hozhat érdekes új belátásokat.

42 A pszeudotudósok körében kifejezetten népszerű a miticista álláspont vagy a markióni elsőbbség. Gyakran összeesküvés-elméletek-szintű érvelésekkel lehet találkozni – például az egyik ilyen szerint a római császárság ideológiájaként találták ki Jézust és alkották meg a kereszténységet vallásként (ez Joseph Atwill elgondolása).

43 Bourdieu szerint a mezők határai nem egyszer és mindenkorra meghatározottak, hanem empirikusan megítélendő, hogy meddig tart valamely mező, azon elv szerint, hogy a mező addig tart, amíg kimutatható hatása van (Bourdieu, 2000, 421).

dományi mező saját kiválasztási elveit. Ennek során teljes körű kép felvázolása nem lehetséges. És míg a tiszta tudományos tőke tekintetében van lehetőség adatalapú érvelésre, addig a pozícióalapú mezőbeli tőke kapcsán sporadikus megjegyzésekkel kell megelégednünk.

A tudósi csatornák jellemző tendenciája, hogy nagy publicitást biztosítanak a mező bizonyos szereplőinek, akik nem a legmagasabb konszekrációs szinten vannak. A kérdés az, hogy e nagyobb publicitás jelenthet-e számukra előnyt a mezőn belül. E tekintetben nem azonosítható egyértelmű irány és egységes tendencia. Vannak olyan esetek, amikor úgy tűnik, a mezőn belül kifizetődik a széles közönség előtti gyakori szereplés. Ehrman ezt az esetet példázza, de még az ő esetében sem egyértelműek a mezőn belüli előnyök. A Scopus-folyóiratokban a bármilyen publikációjára adott citációinak az időbeli eloszlását és éveken keresztül kumulálódását tekintve (1. ábra, melléklet) az tűnik fel, hogy a hivatkozottsága valamikor a 2000-es évek második felében, 2010-es évek első felében kezdett „kilőni”. Ez épp az az időszak, amikor Ehrman egyre több publikus fellépést és vitaszereplést vállalt, valamint amikor az interneten is aktívvá vált.⁴⁴ Fontos ugyanakkor kiegészíteni ezt a képet azzal, hogy Ehrman hivatkozottsági növekedése (a tudományos elismertsége mellett) az általában vett széles körű ismertségére vezethető vissza, aminek azonban csak az egyik tényezője az intenzív online jelenléte (emellett a nyilvános beszédek és vitaszereplések, valamint a gyakran vitákat generáló népszerű ismeretterjesztő bestsellerei is éppoly fontosak lehetnek). Másrészt a hivatkozások számának növekedése korántsem biztos, hogy arra utal, hogy konszenzuálisan elismerik a tudományos szaktekintélyét. Ehrman az egyik videójában (Ehrman, 2023a) maga számol be róla, hogy sok tudóstársa lenézi őt a popular science könyvei és az online jelenléte miatt. Az ilyen megnyilatkozások a mezőn belüli, bourdieu-i értelemben vett szimbolikus elkülönülődként (*distinction*) értelmezhetők. Ennek részben az interneten is vannak nyomai: Larry Hurtado például olyan celebtudósna nevezte őt az egyik blogbejegyzésében, aki széles publikum előtt tesz szenzációhajhász kijelentéseket. És a bejegyzéséből némi neheztelés is kiérződik azzal kapcsolatban, hogy Ehrman vélt vagy valós anyagi előnyökre tesz szert a tevékenysége által.⁴⁵ A Hurtado megnyilatkozásaiban érezhe-

44 A folyóiratokban évenként megjelent publikációk száma (amelyekben tehát hivatkozások lehetnek) az 1990-es évek közepéig 600-as nagyságrendben mozgott, onnantól indult növekedésnek, a 2000-es évek első harmadában jelent meg évi ezernél több, 2010-től pedig kétezernél is több publikáció évente. Ez alapján felvethető volna, hogy Ehrman hivatkozásainak növekedése egyszerűen annak köszönhető, hogy megnövekedett azon közleményeknek a száma, amelyekben más publikációkat hivatkozni lehet, így pedig természetes, hogy növekszik a hivatkozások száma, amiben nem a széles körű ismertség hatása tükröződik. A felvetés ellen szól azonban, hogy Ehrmant a kétezres évek második felétől, 2010-es évek elejétől kezdik egyre többen hivatkozni, tehát néhány évvel később, mint amikor a publikációk száma növekedésnek indult. Ebből arra lehet következtetni, hogy ugyan feltehetőleg van hatása a folyóirat-publikációk számszerű növekedésének, azonban emellett igen fontos tényező lehetett Ehrman erősödő közéleti és online jelenléte a hivatkozásainak a növekedésében.

45 Ehrman szerint „olyan, széles tömegeket megcélzó könyveket ír, amelyek kényelmesen megerősítik hitükben a szkeptikusokat”. Azzal folytatja Hurtado, hogy Ehrman a fundamentalista keresztényeket bosszantó kijelentései miatt tett szert nagy médiafigyelemre és irodalmi ügynökre (értsd: anyagi haszna van ebből). Szarkazmussal ír róla, hogy Ehrman honlapjának van fizetős része, mindamelllett elismeri a tudományos eredményeit (Hurtado, 2012). Egy másik bejegyzésében Hurtado azon ironizált, hogy Ehrman tekintélyes fellépési díjat kap a nyilvános vitáiért (Hurtado, 2015).

tő távolságtartás a mezőn belüli elkülönöződés sajátos formája: a tiszta tudományos tőkével erősebben az egyetemi világhoz kötődő pozíciót betöltő szereplő distinkciója a szélesebb publikum iránt is orientálódó, változatosabb tőkefelhalmozási stratégiával bíró pozíció betöltőjével szemben.

Bár Ehrman esetében a hivatkozások számának növekedése igazolni látszik azt, hogy a széles elérésre való törekvésnek (más eszközökkel együtt) lehetnek hivatkozásgeneráló hatásai, másoknál ez az összefüggés nem áll fenn. Tabor, Walsh, Goodacre, MacDonald, Price, Carrier vagy mások esetében nem következett be az online jelenlét hatására jelentős citációnövekedés. Így a tudósi csatornák és tudósi online szereplések tiszta tudományos tőkére gyakorolt hatása legalábbis korlátozott. Ami az online jelenlét mezőn belüli intézményi pozíciós tőkére gyakorolt hatását illeti, ezzel összefüggésben nehéz bármi kézzelfoghatót mondani. Ugyanakkor nem látszanak a jelei annak, hogy az egyetemi kiválasztódás mechanizmusait az online ismertség átalakítaná. Az igazán aggodalomra okot adó, az egyetemi és a bibliatudományi mező autonómiáját veszélyeztető tendencia máshol keresendő (legalábbis az USA-ban): az evangélikális-fundamentalista csoportok és az általuk befolyásolt politikusok körül, akik aktívan törekednek arra, hogy visszaszorítsák a Biblia szabad tanulmányozását (Ehrman, 2023b).⁴⁶

A nem tudósi csatornák kapcsán első pillantásra borúsabb kép látszik, mivel itt nagy felületet kapnak olyan szereplők, akik a mező perifériáján vannak, vagy mezőn kívüli pszédotudósok. Azonban mindhárom említett nem tudósi csatorna (MythVision Podcast, Gnostic Informant, History Valley) esetében idővel háttérbe szorultak mind a kívülálló önjelölt tudósok, mind a biblical studies mezőjének periferikus szereplői, és ma már inkább a mező valóban legitim szereplői vannak jelen a műsoraikban. Úgy tűnik tehát, hogy valamiféle szelekció megindult a nem tudósi csatornákon is. Míg a régebbi videókban a tudományos szempontból kétes álláspontot képviselő személyek nézőpontját kritikátlanul elfogadták, sőt vallották a youtuberek, addig a folyamatos edukáció (meghívott legitim tudósokkal beszélgetés, online kurzusokon részvétel, audiokönyvek, könyvek) révén megtanulták meglátni, hogy ezek nem komolyan vehető tudományos álláspontok. Talán ennek köszönhető, hogy végül kiszűrték azokat a nézeteket, amelyeket korábban maga a bibliatudományi mező is.

A leglátványosabb példa erre a Robert M. Price-szal történt szakítás volt. Price jó ideig a MythVision (és a másik két csatorna) egyik leggyakoribb szereplője volt, a műsorvezető, Derek Lambert számára pedig érezhetően egyfajta mentor és intellektuális apafigura volt.⁴⁷ Azonban egy idő után Price eltűnt mind Lambert csatornájáról, mind a másik kettőről. A szakításra nem annyira tudományos kritériumok alapján került sor egy korábban publikus, ma már privát YouTube-videó tanúsága szerint.⁴⁸ A Price-szal történő szakításban elsősorban személyes és világnézeti szempontok játszottak szerepet (Price a youtuberek érzékelése szerint egyre tekintélyvűbb nézeteket kezdett vallani, állítólag rasszista megjegyzései is voltak). Ez ugyan nem

46 Kérdés, hogy ez az érezhető tendencia mennyiben ellenreakció arra, hogy a kritikai bibliatudomány kilépett az akadémia világából a széles publikum elé.

47 Leolvasható ez például az alábbi videóról, amelynek animált intrójában Price a csatorna egyfajta védőszentjeként jelenik meg: Mythvision Podcast (2021).

48 Némi háttérinfó elérhető egy bloggertől: Widowfield (2022).

tudományos eljárás, hiszen a publikációk tartalmait alapján kellene értékelnünk, de intuitíve hasonló irányba mutatott a youtuberek ítélete, mint a tudományos mező ítélete, csak más szempontok alapján. Az eset rávilágít arra, hogy komoly probléma, hogy a laikusok miként ítélik meg az olyan szakértők tudását, akikkel nincsenek egy szinten ismereteiket tekintve. Ahogy más kontextusban Heersmink és szerzőtársai Goldman alapján megjegyzik, a szakértői tudás beárazásában a nem szakértők különféle heurisztikákra építhetnek, például a következők figyelembevételével: „a szakértői érvek (retorikai) minősége, az érvek megegyezése vagy nem megegyezése a szakértői konszenzussal, a szakértő tudásának más szakértők általi megítélése, a szakértő publikációs rekordja vagy az érdeklődéssel kapcsolatos és részrehajlására utaló jelek” (Heersmink és mtsai., 2024: 41). Feltételezhető, hogy Price esetében a személyes motívumok mellett a tudóstársi megítélést mozgósító és a részrehajlásokra, elfogódottságokra figyelő heurisztika volt működésben. Amennyiben az utóbbi valóban működésben volt, az azt jelentené, hogy Price-t egyre inkább úgy kezdték el érzékelni, mint aki előítéletes, és ebből azt a következtetést vonhatták le, hogy a tudományos munkásságában is hasonló elfogódottságok és torzítások vannak jelen (aki magánemberként részrehajló, annak e heurisztika alapján valószínűleg a tudományos munkássága is tele van részrehajlásokkal).⁴⁹

A tudományos világ szelekciós elveivel némileg analóg elvek megjelenése összefüggésben van azzal, hogy a csatornák tulajdonosai milyen életutat jártak be. A három személy közül kettőről (Lambert, Sedlak) lehet tudni, hogy korábban evangélikális keresztények voltak, majd maguk mögött hagyták a hitüket és az inga kilengett a másik oldalra: a Jézus-tagadó miticista elgondolás híveivé váltak. Saját elmondásuk szerint ezt ma már maguk mögött hagyták, és úgy vélik, hogy Jézus valóban létező történelmi alak volt. Megnyilatkozásaik alapján láthatóan fontos számukra az az út, amit a művelődés révén bejártak. Sok olyan dologról van tudomásuk, ami sokáig csak egy szűk akadémiai vagy vallási elit számára volt ismert, például az olyan fogalmak, mint az interpoláció, krisztológia, szövegkritika, emellett tisztában vannak jó néhány antik forrás tartalmával, sok akkori szerzőt ismernek név szerint, stb. Bár egyikük sem iskolázott a diszciplináris értelemben, nem lebecsülendő az általuk bejárt művelődési és fejlődési út, melyben a tudomány ereje tükröződik. Az, hogy a pályájuk során folytatódik-e ez a pozitív fejlődés, nem előre eldöntött kérdés.⁵⁰ Mindenesetre a jelen állapotok szerint úgy tűnik, hogy

49 Röviddel a kézirat lezárása előtt bekövetkezett érdekes fordulat, hogy Price-t mindhárom ateista-szkeptikus YouTube-csatornára (Mythvision Podcast, History Valley, Gnostic Informant) visszafogadták. Ugyanakkor ennek is elsősorban személyes okai voltak (a kibékülés igénye egy mentorfigurával), amelyek nem írták felül a youtuberek Jézus történeti létezésére vonatkozó afirmáló nézeteit. Derek Lambert emellett azt is megemlíti a Price-t visszahozó videójában, hogy politikai kérdésekről nem beszélnek, csak szigorúan szakmai kérdésekről (Mythvision Podcast, 2025). Mindez arra utal, hogy az edukációs folyamatok (még?) nem fordultak a visszájukra.

50 Rizikóforrás például, hogy Lambertet és Sedlakot – annak ellenére, hogy már nem vallják a miticista gondolatokat – érezhetően rosszul érinti, hogy a komoly tudósok lenézik a miticistákat. Ez a saját intellektuális fejlődésük alapján átérezhető, mivel számukra a miticista fázis szükséges előzetes lépés volt ahhoz, amit ma képviselnek, álláspontjuk szerint a kételkedés volt számukra fontos e gondolat-körben (Mythvision Podcast, 2024). Egy másik kockázati tényezőt jelent a csatornák publikumának elvárásai és az ezekhez való esetleges igazodási kényszerek. A harmadik csatornán, a History Valley-n is megfigyelhető, hogy már ritkábban szerepelnek Jézus-tagadó figurák, ami szintén egy edukációs

ezek a csatornákon a tudományos mező szelekciós elveivel analóg szelekciók indultak meg, ami inkább a tudomány erejét demonstrálja, semmint a kívülállók tudományos szelekciót befolyásoló hatalmát.

ZÁRSZÓ

A bibliatudománynak a mediatizált online környezetben való megjelenése nem vált ki egyöntetű hatásokat. Úgy tűnik, hogy a mérleg nem billen át egyértelműen sem a pozitív, sem a negatív hatások oldalára. Az erős online jelenlét hatására kiszélesedett a közönség, sokkal több emberhez érnek el a vallás- és bibliatudomány üzenetei. Ez nagyon fontos pozitívum, mert a Bibliával való – protestáns kezdetekre visszamenő – kritikai foglalkozás több évtizedes (évszázados) eredményei eddig nem érték el a szélesebb tömegeket, így a folyamat növelheti a tudatosságot és a reflexiót. A demokratizálódásnak azonban vannak árnyoldalai is, amennyiben „gyanús” figurák is figyelmet és felületet kapnak. Mindazonáltal a YouTube-on is hasonló szelekciós folyamatok látszanak beindulni, mint a tudományos mezőben, ami csökkentheti a nagyobb láthatóság hatását. Emellett a tudományos mező YouTube-on aktív képviselői esetében is úgy tűnik, hogy korlátozottak a bibliatudományos mezőre gyakorolt hatások. Összességében nem állítható, hogy pusztán az online felületek miatt veszélyben volna a mező. Az eddigi fejlemények inkább óvatos optimizmusra adnak okot, mert a közönség kiszélesedése és a mezőn kívüliekkel folytatott párbeszéd növekedése nem okozta a tudományos autonómia csökkenését, hanem inkább a gondolkodási sémák komplexitásnövelésével együtt járó művelődési folyamatokat volt képes beindítani a mezőn kívüli szereplőkben.

SZAKIRODALOM REFERENCES

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>

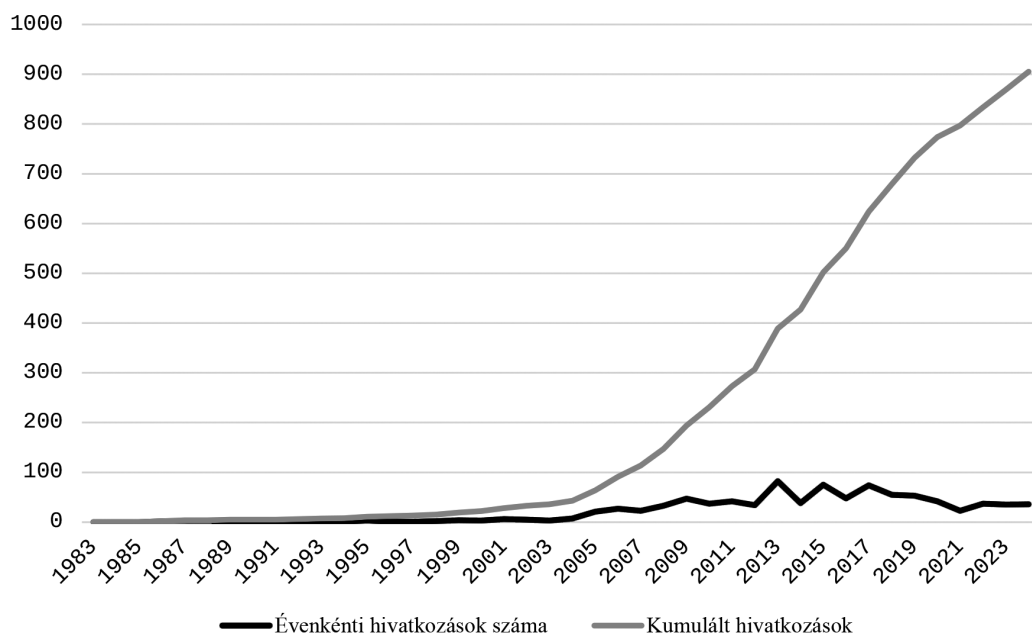
folyamatra utal. Viszont az egyik friss videó alatt, ahol Jacob Berman ismét egy Jézus-tagadóval beszélget (David Fitzgerald), az egyik kommentelő megjegyzi, hogy sajnálja, hogy ritkán vannak mostanában ilyen szellemiségű meghívottak: „Thank you Jacob for interviewing David Fitzgerald (...) You have been much more dismissive of mythicists lately. So its nice you have scholars & authors of various POVs on to make their case” (JC-vq2cs, 2024). És a videó alatt sok más hasonló szellemiségű hozzászólás van. Ez arra utalhat, hogy a csatorna tulajdonosa a nézettség miatt kénytelen kompromisszumokat kötni a jellemzően elszánt, a tényeket a vágyaik szerint hajlító ateista publikummal. Vagyis a platform monetizálása nyomást gyakorolhat a tartalom-létrehozókra, ami a további edukációs folyamatoknak akadálya lehet. De más értelmezés is lehetséges. Mindazonáltal egyik rizikófaktor hatása sem előre eldöntött.

- Adult New York Times Adult Hardcover Best Seller Listings.* (n. d.). Hawes Publications. <http://www.hawes.com/pastlist.htm>
- Bart D. Ehrman. (n. d.). Kezdőlap. [YouTube-csatorna.] YouTube. Hozzáférés: 2025. június 9. <https://www.youtube.com/@bartdehrman>
- Bart's Biography.* (n. d.). Bart Ehrman. <https://www.bartehrman.com/barts-biography/>
- Bauckham, R. (n. d.): *Official home page of Richard Bauckham.* <https://richardbauckham.co.uk/>
- Bauckham, R. (2006). *Jesus and the Eyewitnesses: The Gospels as Eyewitness Testimony.* Eerdmans.
- Beck, U. (2003). *A kockázat-társadalom. Út egy másik modernitásba.* Századvég, Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság.
- Berger, V. (2023). *Az életvilág mediatizálódása.* L'Harmattan.
- Bognár, B. (2015). Az elektronikus és a digitális médiumok a világtársadalomban. A tömegmédiák és a nyilvánosság szerepe a társadalmi kommunikációban. *Replika*, 95, 131–152.
- Bognár, B. (2024). Hybrid Social Spaces and the Individualisation of Religious Experience in the Global North: Spatial Aspects of Religiosity in Postmodern Society. *Religions*, 15(2), 241. <https://doi.org/10.3390/rel15020241>
- Bourdieu, P. (1988). *Homo Academicus.* Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (2000). A mezők logikája. In Felkai, G., Némédi, D., & Somlai, P. (szerk.), *Szociológiai irányzatok a XX. században. Olvasókönyv a szociológia történetéhez. 2. kötet* (418–430. o.). Új Mandátum.
- Bourdieu, P. (2002). A kulturális alkotások szociológiai vizsgálata érdekében. In uő. *A gyakorlati észjárás. A társadalmi cselekvés elméletéről* (49–83. o.). Napvilág.
- Bourdieu, P. (2005). *A tudomány tudománya és a reflexivitás.* Gondolat.
- Bourdieu, P. (2009). A tudományos mező. *Replika*, 67, 11–36.
- Cetina, K. K., & Bruegger, U. (2002). Inhabiting Technology: The Global Lifeform of Financial Markets. *Current Sociology*, 50(3), 389–405. <https://doi.org/10.1177/0011392102050003006>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality.* Polity Press.
- Czire, Sz. (2012). A Jézussal kapcsolatos történeti szkepszis. A források kritikai értékelése. *Keresztény Magvető*, 118(1), 31–57.
- Distinguished professor. (2025. március 25.). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Distinguished_professor
- Edurank, Theology.* (2025. március 2.). <https://edurank.org/liberal-arts/theology/>
- Ehrman, B. D. (1999). *Jesus: Apocalyptic Prophet of the New Millennium.* Oxford University Press.
- Ehrman, B. D. (2023a október 3.). *What Does It Mean to Write a Popular Book?* [videó]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GoBOGvRGUmo>
- Ehrman, B. D. (2023b június 13.). *What is Academic Freedom and Tenure, and Why Do They Matter (e.g., for teaching about religion!)?* [videó]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qj2x49Fv6kE>
- Ehrman, B. D. (2025. április 8.). A Major Milestone on the Blog! \$3 Million Donated to Charity!! *The Bart Ehrman Blog: The History & Literature in Early Christianity.* <https://ehrmanblog.org/a-major-blog-milestone-3-million-raised-donated/>

- Endowed professorships. (2025. május 26.). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_endowment#Endowed_professorships
- Fáber, Á. (2018). *Pierre Bourdieu: elmélet és gyakorlat*. Napvilág.
- Feyerabend, P. (1998). A tudomány egy szabad társadalomban. In J. Laki (szerk.), *Tudomány-filozófia* (153–169 o.). Osiris, Láthatatlan Kollégium.
- Forbes Top Colleges #370: Drew University*. (n. d.). <https://www.forbes.com/colleges/drew-university/>
- Gárdos, J. (2009). Tudományszociológus és/vagy tudományantropológus? Bevezetés Pierre Bourdieu igazságról szóló elméletébe. *Replika*, 67, 99–109.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press.
- Heersmink, R., de Rooij, B., Clavel Vázquez, M. J., & Colombo, M. (2024). A phenomenology and epistemology of large language models: transparency, trust, and trustworthiness. *Ethics and Information Technology*, 26(3), 41. <https://doi.org/10.1007/s10676-024-09777-3>
- Hepp, A. (2019). *Deep Mediatization*. Routledge.
- Himes, P. (2017. március 31.). Peer-Reviewed Journals Pt 2: The Top 100+ Academic Journals for Biblical Studies (Ranked). *Paroikos Bible Blog*. <http://paroikosmissionarykid.blogspot.com/2017/03/peer-reviewed-journals-pt-2-top-50.html>
- History Valley. (n. d.). Kezdőlap. [YouTube-csatorna.] YouTube. Hozzáférés: 2025. június 9. <https://www.youtube.com/@History-Valley>
- Hurtado, L. W. (2012. április 20.). The Ehrman Blog-site. *Larry Hurtado's Blog. Comments on the New Testament and Early Christianity (and related matters)*. <https://larryhurtado.wordpress.com/2012/04/20/the-ehрман-blog-site/>
- Hurtado, L. W. (2015. január 30.). A Clarification and an Apology to Bart Ehrman. *Larry Hurtado's Blog. Comments on the New Testament and Early Christianity (and related matters)*. <https://larryhurtado.wordpress.com/2015/01/30/a-clarification-and-an-apology-to-bart-ehрман>
- James Tabor. (n. d.). Kezdőlap. [YouTube-csatorna.] YouTube. Hozzáférés: 2025. június 9. <https://www.youtube.com/@JamesTaborVideos>
- JC-vq2cs. (2024). Re: *No Evidence for Jesus: He is Mything in Action!!* | David Fitzgerald. [videó]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ttz6sg7UIoY>
- Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2010). *A modernség megfigyelései*. Gondolat, AKTI.
- Lupton, D. (2016). *The Quantified Self*. Polity Press.
- Meier, J. P. (1991). *A Marginal Jew: Rethinking the Historical Jesus. Volume 1: The Roots of the Problem and the Person*. Yale University Press.
- Metzger, B. M., & Ehrman, B. D. (2008). *Az Újszövetség szövege. Hagyományozás, szövegromlás, helyreállítás*. Harmat.
- Mythvision Podcast. (n. d.). Kezdőlap. [YouTube-csatorna.] YouTube. Hozzáférés: 2025. június 9. <https://www.youtube.com/@MythVisionPodcast>
- Mythvision Podcast. (2021. december 26.). *If The Exodus Isn't True, How Did Israel Form? Dr. John J Collins* [videó]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pL8Y0TZ47SM>
- Mythvision Podcast. (2024. szeptember 6.). *The Jesus Story Was FABRICATED!!!* [videó]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5NS5CscrFY>

- Mythvision Podcast. (2025. május 18.). *Bible Scholar Dr. Robert M. Price Leaves Christianity*. [videó]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=UXE_zbct7lg
- Ollinaho, O. I. (2018). Virtualization of the life-world. *Human Studies*, 41(2), 193–209. <https://doi.org/10.1007/s10746-017-9455-3>
- Patreon: Robert M. Price*. (n. d.). Patreon. <https://www.patreon.com/robertmprice/about>
- Price, R. M. (n. d.). *Official home page of Robert M. Price*. <https://robertmprice.mindvendor.com/>
- Religion Matters: From the Bible to the Modern World with James Tabor. (n. d.). <https://jamestabor.com/>
- Rogerson, J. W., & Lieu, J. M. (szerk.). (2006). *Oxford Handbook of Biblical Studies*. Oxford University Press.
- Szabari, V. (2009). Bourdieu és „a tudomány”. *Replika*, 67, 79–97.
- The Origins of Early Christian Literature. (2025. április 21.). In Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/The_Origins_of_Early_Christian_Literature
- University of Mount Olive. (2025. március 3.). In Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/University_of_Mount_Olive
- Vermes, G. (1995). *A zsidó Jézus: Ahogy egy történész az evangéliumokat olvassa*. Osiris.
- Völgyi, B., Erát, D., & Füzér, K. (2024). *Digitalizáció az európai munkahelyeken* In Tóth, I. G., Gábos, A., & Medgyesi, M. (szerk.), *Társadalmi Riport 2024* (257–279. o.). Táarki. <https://doi.org/10.61501/TRIP.2024.12>
- Walsh, R. F. (2021). *The Origins of Early Christian Literature: Contextualizing the New Testament within Greco-Roman Literary Culture*. Cambridge University Press.
- Walsh, R. F. (2025. március). *Curriculum Vitae*. <https://robynfaithwalsh.com/content/files/2025/03/Walsh-CV-March-2025.pdf>
- Widowfield, T. (2022. április 9.). Cutting Ties with Robert M. Price. *Vridar*. <https://vridar.org/2022/04/09/cutting-ties-with-robert-m-price/>
- Wise as a Serpent: Veritas Lux Mea. (n. d.). Kezdőlap. [YouTube-csatorna.] YouTube. Hozzáférés: 2025. június 9. <https://www.youtube.com/@Wiseasaserpentthink>
- Yale Library – Biblical Studies Guide: Journals*. (n. d.). <https://guides.library.yale.edu/bible/journals>
- YouTube monetization checker*. (n. d.). Ytlarge. <https://ytlarge.com/youtube/monetization-checker/>
- Zimmer, S. (2009). *Árt-e a hitnek a bibliatudomány? Egy konfliktus tisztázása*. Magyarországi Református Egyház Kálvin János Kiadója.

MELLÉKLET



1. ábra. *Bart D. Ehrman hivatkozottságának időbeli alakulása*

Figure 1. *The evolution of Bart D. Ehrman's citation count over time*

Forrás: Scopus, saját számítás

Tőke Sugárka¹

A csíksomlyói pünkösdi búcsúról szóló közösségimédia-diskurzusok

Kivonat

Hétköznapi életünk mind több és több területére ható és kiterjedő digitalizációs és mediatizációs folyamatok a vallási szférát és ennek eseményeit sem kerülik el.

A csíksomlyói pünkösdi búcsút napjainkban a Kárpát-medence egyik legjelentősebb vallási és magyar nemzeti vonatkozású eseményeként szokás emlegetni, amely évente több százezer zarándokot vonz. Az utóbbi években a közösségi média egyre nagyobb szerepet játszik a búcsú megélésében és reprezentációjában. Jelen tanulmány célja, hogy feltárja, miként jelenik meg a búcsú résztvevőinek tapasztalata a Facebook közösségi oldalon, különös tekintettel a nyilvános bejegyzések képi és szöveges tartalmaira.

A kutatás kvalitatív tartalomelemzési módszerrel vizsgálja a búcsúhoz kapcsolódó nyilvános Facebook-bejegyzéseket. Az elemzés középpontjában azok a kérdések állnak, hogy a résztvevők milyen narratívákat, történeteket, jelentésrétegeket építenek fel a búcsús élményeikről. Milyen módon mesélik el a tapasztalataikat, milyen elemeket emelnek ki, hogyan strukturálják az élményeiket, és milyen érzelmi, kulturális vagy vallási üzeneteket közvetítenek a bejegyzéseik szöveges és képi tartalmaiban. A kutatás azt is megvizsgálja, hogyan ragadják meg a posztok a búcsú szellemiségét, illetve mekkora mértékben jelennek meg bennük vallási és nem vallási – például magyar nemzeti – tartalmak, és végül hogy ezekből milyen diskurzusok meglétére következtethetünk.

Kulcsszavak: digitalizáció, mediatizáció, csíksomlyói pünkösdi búcsú, közösségi média, vizuális reprezentációk, diskurzus

Abstract. Social Media Discourses about the Pentecost Pilgrimage of Csíksomlyó

The processes of digitization and mediatization, which are affecting and expanding into more and more areas of our everyday lives, do not bypass the religious sphere and its events either. Nowadays, the Csíksomlyó Pentecost Pilgrimage is often referred to as one of the most significant religious and Hungarian national events in the Carpathian Basin, attracting hundreds of thousands of pilgrims annually. In recent years, social media has played an increasingly important role in the experience and representation of the pilgrimage. The aim of this study is to explore how the experience of the pilgrimage participants is represented on the Facebook social platform, with particular focus on the visual and textual content of public posts. The research employs a qualitative content analysis method to examine public Facebook posts related to the pilgrimage. The analysis centers on questions such as what narratives, stories, and layers of meaning the participants construct about their pilgrimage experiences. How do they narrate their experiences, what elements do they emphasize, how do they structure their experiences, and what emotional, cultural, or religious messages do they convey in the

¹ Doktorandusz, kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Hungarológiai Doktori Iskola, Magyar Néprajz és Antropológiai Intézet. E-mail: t.sugarka@gmail.com

textual and visual content of their posts? The research also investigates how the posts capture the spirit of the pilgrimage, and to what extent religious and non-religious (such as Hungarian national) content appears in them, and what discourses we can infer from these.

Keywords: digitalization, mediatization, the Pentecost Pilgrimage of Csíksomlyó, social media, visual representations, discourse

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Tőke, S. (2025). A csíksomlyói pünkösdi búcsúról szóló közösségimédia-diskurzusok. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 39–66. <https://doi.org/10.17177/77171.309>

I. BEVEZETÉS

Napjaink gyors ütemű digitalizációja és a közösségi média működése szinte megköveteli, hogy életünk eseményeit az online térben is megjelenítsük, széles körben elérhetővé tegyük. A közösségi oldalak nemcsak az élmények és emlékek megosztásának eszközei, hanem a személyes és közösségi identitás formálásában is szerepet játszanak. E folyamatban nemcsak magánszemélyek vesznek részt, hanem politikai, vallási, kulturális, turisztikai stb. szervezetek és médiainstítúciók is. Az általuk létrehozott tartalmak – követés vagy algoritmusok révén – megjelenhetnek a hírfolyamunkban, ezáltal közvetett módon hatással lehetnek gondolkodásunkra, világnézetünkre.

Az életterünkben zajló események online térben, a közösségi média felületein történő mediatizációja is kulcsfontosságúvá vált az elmúlt években. Így van ez a csíksomlyói pünkösdi búcsú esetében is, amely évente több százezer búcsújárót vonz, elsősorban a Kárpát-medence magyarok lakta térségeiből, de a világ más tájairól is rendszeresen érkeznek zárandokok. Az esemény teljes lefolyásáról – az azt megelőző előkészületi napokról, a zárandokvonat és a keresztalják útjáról, a forgalmi korlátozásokról, a szentmise lefolyásáról és egyéb szórakoztató tevékenységekről mind az erdélyi magyar, mind a magyarországi sajtó napra, órára pontosan közvetít. Gyakran fotóriportokkal, videókkal teszik „színesebbé”, fogyaszthatóbbá a búcsú részleteit. Az élő televíziós közvetítések mozgóképes formában rögzítik a pünkösdszombati nagymisét és a búcsújárás kiemelt mozzanatait.

A digitalizációs és mediatizációs folyamatok következtében a csíksomlyói pünkösdi búcsú a közösségi média felületein egyre látványosabban mutatkozik meg. Különösen a koronavírus-világjárványtól napjainkig terjedő időszakban észrevehető, az egyre gyakoribbá váló posztolási gyakorlat a búcsún részt vevők körében.

Ha meg akarjuk érteni, mit, miképpen és miért posztolnak az emberek a búcsúval kapcsolatban a közösségi oldalakon (különösen a jelenlegi kutatás terepéül szolgáló Facebook-felületen), először az internet alapvető mozgatórugóit és a közösségi médiát működtető elveket szükséges megismernünk.

Az internet szó az angol eredetű *internetwork* fogalmából ered, a hálózatok hálózatát jelenti és a valóságos tér kibertérben való megjelenítését teszi lehetővé (Pusztai, 2001: 97). Az internet mint az információ áramlását újszerű módon létrehozó közeg a „hagyományos” és az „újmedia” fogalmainak elkülönítését és újraértelmezését eredményezte. Az előbbi központi szerkezetű,

ahol egy szűk, szakértői csoport közvetíti az információkat egyirányú folyamat során, a befogadók szerepe passzív, és nincs lehetőség azonnali visszacsatolásra. A kommunikáció lineáris, diszkurzív jellegű, ahol az előzmények és következmények sorrendje meghatározó. Ezzel szemben az „újmédia” decentralizált hálózatként működik, ahol bárki lehet közlő vagy befogadó, a szerepek folyamatosan cserélődnek, a kommunikáció interaktív és dialogikus. A narratíva nem lineáris, hipertextalapú, így a felhasználó szabadon navigálhat benne, az információs sorrendiség és a lineáris történetvezetés jelentősége háttérbe szorul (Pusztai, 2001: 102–103).

Az internet kialakulásában és széles körű elterjedésében két fontosabb állomás nevesíthető. Pusztai Virág a következőképpen foglalja össze a web 1.0 (World Wide Web) és a web 2.0 („webkettő”) közötti változásokat: „Az internet lehetővé tette a képekhez való korlátlan hozzáférést. A második generációs internet, illetve az ún. újmédia viszont alapjaiban változtatta meg a világhálóra kerülő képek funkcióját. A napi rendszerességgel posztolt privát képek immár közegként veszik körül az embert, minden eddiginél jobban kivéve részüket az önkép és az identitás alakításából, a közösségi-társadalmi létben való részesedésből.” (Pusztai, 2001: 100).

A közösségi média búcsúreprezentációjára az erős vizualitás jellemző. Az eseményen átélt tapasztalatok kifejezésére a képek, rövid videók általi élménymegosztás bizonyul a leginkább elfogadott szokásnak.

A jelen tanulmányban a csíksomlyói pünkösdi búcsú reprezentációit vizsgálom a résztvevői oldalról a közösségi média, pontosabban a Facebook felületén. A csíksomlyói pünkösdi búcsú kutatásának terei között az említett felület tekinthető a legújabb vizsgálódási lehetőségnek, ha azt szeretnénk megérteni, hogy milyen narratívák, diskurzusok mentén kommunikálnak a résztvevők a búcsús élményeiről. A kérdés körülménye közelebb vihet annak megértéséhez is, hogyan artikulálódik a közösségi identitás és a vallási élmény megosztása a digitális korban a közösségi média világában.

A búcsúval kapcsolatban az aktuális évszám (például „csíksomlyói búcsú 2024”) kulcsszóra kerestem rá, majd a szűrőknél beállítottam a nyilvános bejegyzések, az évszám és a helymegjelölés – esetünkben Csíkszereda – opciókat. Az így kapott 89 találatot, vagyis posztot és a hozzájuk tartozó kép- és kommentanyagot vettem szemügyre.

A vizsgálat szempontjainak kidolgozását megelőzte a kutatási anyag előzetes ismerete, felmérése. Ahhoz, hogy a közösségi médiában jelen levő, a búcsús élmény megosztásával kapcsolatos diskurzusokat feltérképezzük, először a bejegyzések felépítéseinek sémáit kell átlátnunk. Ehhez a szakaszhoz elsődlegesen a posztolási gyakorlatok számbavétele tartozik. A résztvevők helymegjelölése a búcsún: hogyan jelenítik meg ezt az online térben és milyen szándékkal? Az érzelmi állapotok, hangulatok kifejezésének tekintetében arra voltam kíváncsi milyen lehetőségek vannak a Facebook felületén ezek kifejezésére, a résztvevők mennyire használják ezeket az opciókat, milyen érzelmeket, hangulatokat kötnek a búcsús élményhez? A hozzászólások esetében ezek szöveges tartalmi és vizuális – emotikonok, matricák – kifejezési módjai, előfordulásuk gyakorisága érdekel. A képi anyag elemzésekor a leggyakoribb képtémák, azok kompozíciós elemei, szereplői, a megjelenített vallási és nemzeti szimbólumok, valamint az egyén és tömeg viszonya jelentik a vizsgálódás központját.

A posztok tartalmi vizsgálata alapján a búcsúról szóló kommunikációban a vallási élmény és az identitás megosztásának diskurzusa rajzolódott ki.

2. ÁLTALÁNOS MEGFIGYELÉSEK A BEJEGYZÉSEKRŐL ÉS AZ ŐKET KÍSÉRŐ KÉPEKRŐL

A közösségi média felületére felkerülő bejegyzések a szóbeli rövid, sűrített élménybeszámolók virtuális változataiként is felfoghatóak, amelyekben a résztvevők a búcsún való tartózkodásuk számukra legfontosabb lényegi elemeit teszik közzé: elmondják, hol voltak és mikor (hely- és időmegjelölés), hogyan érezték magukat – akár szövegesen, akár emotikonokkal kifejezve –, milyen tanulságokkal, élményekkel gazdagodtak (személyes tapasztalat megosztása, vagy a búcsú mottójának, imának a hangoztatása), másokat is ösztönöznek arra, hogy kövessék példájukat, és éljék át azt az lelkiiséget, amit a búcsú közvetít. Végül saját vagy mások fényképeinek, videóinak csatolásával vizuálisan is alátámasztják mondandójukat.

A posztok szövegeit kísérő képi anyag a búcsús élmények vizuális kifejezésére szolgál. Habár többnyire amatőr fotókról van szó, mégis elárulnak valamit a készítő személyes nézőpontjáról: a zarándoklat és a búcsú mely mozzanatait tartotta fontosnak megörökíteni, milyen személyek, hozzátartozók jelennek meg a képeken. Ha önmagát is reprezentálja, hogyan teszi ezt, szelfi vagy környezeti portré formájában, milyen szimbólumokat von be a kompozícióba. Továbbá fontos kérdés lehet, hogy a résztvevő mit tart fontosabbnak megmutatni: önmagát a búcsús környezetben vagy inkább kívülálló, szemlélői pozícióból mutatja be az eseményt, mit helyez előtérbe, illetve háttérbe, hogyan fejezi ki érzelmeit, vallási, nemzeti identitását, hogyan láttatja a tömeget, stb.

A képek és videófelvetelek szerzőiségét kevesen jelölik meg a posztjaikban. Előfordul, hogy egy résztvevő más – például hivatásos fényképész – munkáit teszi közzé, de nem tünteti fel azok szerzőjét, így azt a benyomást keltheti, mintha a közzétett képek saját élményeit és látásmódját tükröznék. Némely esetekben, a posztoló profiljának vizsgálata után egyértelműen következtethetünk arra, hogy nem ő a búcsúról posztolt fényképek szerzője, de más esetben ez eldönthetetlen kérdés marad. A képek vizsgálatakor nem a résztvevők személyes, lelki, spirituális megéléseit kívánom a felszínre hozni, mivel egy közösségi képmegosztó felület esetében ez szükségszerűen korlátozott érvényű megközelítés lenne. A felhasználók által posztolt képeket a saját értelmezési kereteik között vizsgálom, és arra keresem a választ, hogyan reprezentálják a fényképek az eseményt, milyen képi eszközök révén.

3. A RÉSZTVEVŐ HELYÉNEK RÖGZÍTÉSE AZ ONLINE TÉRBEN

A csíksomlyói pünkösdi búcsún részt vevők a bejegyzéseikben elsősorban a helyüket jelölik be – például „XY itt van: Csíksomlyó – kegyhely/Csíksomlyói nyereg” –, így a zarándoklaton való részvételüket a digitális térben is dokumentálják. Ha a felhasználó több, a Facebookot használó hozzátartozójával, barátjával csatlakozik az eseményhez, akkor őket is bejelöli a helyük rögzítésénél: „Pataki Katalin – Rozalia Toth és további 2 embertársaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói búcsú 2022” (Pataki, 2022).

A vizsgált 89 bejegyzés mindegyikében a felhasználók feltüntették, hogy egyénileg vagy csoportosan vettek részt az eseményen. A helymegjelölések kutatói szempontból is jelentősek, mivel ezek révén váltak azonosíthatóvá a bejegyzések. Észrevehető a 2021 és 2024 között átte-

kintett, nyilvánosan elérhető bejegyzések alapján, hogy míg a korábbi két évben 14 és 16 ilyen bejegyzés áll rendelkezésre, addig az utolsó két évben 27 és 32, vagyis az adatok azt mutatják, hogy a 2023–2024-es években nőtt a zarándoklatról szóló bejegyzések száma, ami fokozódó digitális aktivitásra utal. A helymegjelölés gyakorlatának sűrűbbé válása a 2023–2024-es években egyrészt a koronavírus-világjárvány korlátozásainak feloldásával, illetve a járvány hozadéaként felerősödött digitalizációs folyamatokkal is magyarázható. Továbbá a bejegyzések számának emelkedése azt jelzi, hogy a csíksomlyói búcsúra való zarándoklat, illetve a szombat déli nagymiséen való részvétel olyan jelentőségteljes esemény az egyén életében, amely megmutatásával mások számára is példával akar előljárni. A búcsún való részvétel rögzítése a közösségi média egy felületén hozzájárul az esemény online térben való kiterjedéséhez. A csíksomlyói búcsú már nem csak a „valós” térben zajlik, hanem ennek részletei kivetülnek és önálló digitális reprezentációként is fennmaradnak.

4. ÉRZELMEK, HANGULATOK TÁRSÍTÁSA A BÚCSÚN VALÓ RÉSZVÉTELHEZ

A posztolók többféleképpen fejezik ki érzelmeiket, hangulatukat. Az egyik – és ez a leggyakoribb – mód, hogy a bejegyzés létrehozásánál a Facebook által ajánlott opciók közül választhatnak. Itt 200 érzelmi állapot közül lehet választani, melyek mindegyikéhez tartozik egy emotikon is. A búcsún részt vevők körében a következő érzelmi állapotok megjelöléseivel találkozhatunk: áldottnak érzi magát (7), ünnepi hangulatban van (1), hálás (3), boldog (1), nagyszerűen érzi magát (1), csodásan van (1), kedves hangulatban van (1). Ezek a választható érzelmkifejezések könnyű és precíz választásnak tűnhetnek a posztoló számára, hiszen nem kell gondolkodnia a saját belső érzéseinek komplexitásán, csupán kiválaszt egy előre meghatározott érzelmiállapot-kifejezést, amely leegyszerűsítve közvetíti érzelmeit. A kutató számára is pontosnak és kifejezőnek tűnhetnek ezek az érzelmkifejezések, de valójában uniformizálják a résztvevők érzelmi sokféleségét. Ezért fontosnak tartom hangsúlyozni, hogy az érzelmek ilyen módon történő kifejezése a közösségi média struktúrái által előírt keretek között zajlik.

Egy másik módszer az érzelmek megragadására az, ha a szerzők belefoglalják a poszt szövegébe, hogy hogyan érzik magukat. Ez a megjelenési forma ritkább, és jellemzően tömör, érzelmi töltetű mondatokkal történik. A hála érzésének kifejezésére az egyik lényegre törő példa: „Hálás vagyok, hogy ott lehettünk.” (Tőke, 2023). Egy másik esetben a hála érzése a kegyszobor gyógyítóerejébe vetett hittel társul: „Hála Istennek és a Csíksomlyói Szűz Anyának, újra itt – Csíksomlyón!” (Sándor Heim, 2023).

Az érzelmek vizuális kifejezésének egyik módja az emotikonok beillesztése a Facebook-bejegyzések szövegébe. A leggyakrabban alkalmazott emotikonok közé tartozik az imádkozó kéz (összetett kéz), a szív, a glóriával ábrázolt mosolygó arc, különféle nemzeti zászlók (magyar, székely, ritkábban román), a kacsintós arc, a szívecskékkel körülvelt arc, valamint a templom, kereszt, fényképezőgép és galamb ikonja. Az érzelmkifejezés módjai jól mutatják, hogy a Facebook mint platform miként formálja a tartalom megjelenítését és értelmezését. A felhasználók többsége inkább él az előre felkínált, leegyszerűsített érzelmkifejezési eszközökkel, mintsem egyéni, szöveges megfogalmazásokkal adja át érzései komplexitását. Összességében a be-

jegyzésekben található érzelm- és hangulat kifejezések, valamint az emotikonok összhangban állnak a búcsú vallásos és nemzeti jelentésrétegeivel.

5. ÉLMÉNYKÖZÖSSÉG, RÍTUSKÖZÖSSÉG A BÚCSÚBAN

A búcsú összetett vallási és nemzeti arculatának megértésében útmutatóul szolgálhatnak az *élményközösség* és *rítusközösség* fogalmai. A búcsút elemző Mohay Tamás néprajzkutató Mérei Ferenc szociálpszichológus nyomán az *élményközösség* fogalma nem csupán az egyidejű tapasztalásra utal, hanem arra is, hogy ez a közös élmény a kollektív emlékezet részévé válik, és a közösségi identitás egyik meghatározó elemévé lesz. A csíksomlyói búcsú nemcsak a résztvevők nagy száma miatt fontos, hanem azért is, mert évről évre megismétlődik, így különösen alkalmas közösségi élmények kialakítására. Az így kialakuló *élményközösség* alapjául szolgál a csoportos történetmesélésnek, amely erősíti az összetartozás érzését, és hozzájárul az egyéni identitás kialakulásához – különösen azokban az esetekben, amikor a nemzeti hovatartozás kifejezéséről van szó (Mohay, 2024: 14–15). Az *élményközösség* megélése az általam vizsgált Facebook-bejegyzések esetében is tetten érhető. A közösségi médiában az együttesen átélt élményről, tapasztalatról való beszámolók állnak a középpontban és ezek összeadódva valóban egyfajta „kollektív búcsús emlékezetet” alkotnak az online térben.

A *rítusközösség* fogalma alatt a búcsú kontextusában a katolikus székely közösséget érthetjük. Tágabb értelemben a rítusközösségek a középkori Európa és a Közel-Kelet társadalmában töltöttek be fontos szerepet, de sok helyen még napjainkban is meghatározók. Ezek a közösségek sokáig fontosabbak voltak, mint a nemzeti vagy faji hovatartozás, és jobban megszervezték az emberek életét, érzéseit, szokásait és összetartozását, mint az állam, amely sokáig csak a hatalom eszköze volt. A rítus nemcsak vallási hitet közvetített, hanem egy olyan életformát is, amely meghatározta a közösség viselkedésmintáit és értékrendjét. Az újkortól kezdve – a Közel-Keleten csak a legutóbbi időkben – ezek a közösségek veszíteni kezdtek jelentőségükből, és helyüket a nemzeti közösségek vették át, amelyek az állam köré szerveződtek, és az emberek összetartozás-érzését saját céljaikhoz kezdték felhasználni (Bibó, 1991: 200). A búcsú esetében annak lehetünk a tanúi, ahogyan a rítusközösségeként felfogott katolikus székelység identitását átértelmezik a máshonnan érkezett résztvevők, ezáltal a rítusközösség fogalma beolvad a nemzeti érzések olvasztótégelyébe (Mohay, 2024: 14). Ez a folyamat a közösségi médiában főként akkor jelentkezik, amikor magyarországi posztolók egy fogalmi keretben említik a székely identitáshoz tartozó jelzőket, a vallásosság megélésének különböző formáit és a magyar nemzeti – időnként szélsőséges – narratívákat.

6. A VALLÁSOS ÉLMÉNY ÉS TÖMEGÉLMÉNY KIFEJEZÉSÉNEK FORMÁI ÉS MEGJELENÍTÉSE A KÉPEKEN

A zárándoklat során és a búcsú történéseiben a katartikus élmény (katarzisz), vagyis az átlényegülés áll a középpontban. Tánczos Vilmos néprajzkutató szerint a búcsúra történő zárándoklat rituális drámaként is értelmezhető, amelynek központi eleme a katarzisz, amennyiben a zárán-

dokok az esemény hagyományos, ritualizált cselekvéssorának megfelelően végzik a zárandoklatozt és a búcsún való részvételt. „A búcsújárás tehát egy pontosan megtervezett viselkedésforma, amelynek célja a lelki megtisztulás elérése. A dráma lényege egyfelől a *búcsú eszmei értékeivel való azonosulás*, amit a helyesen elvégzett rítusok fejeznek ki, másfelől pedig a transzformáció, azaz a hétköznapiakból való kilépés és az átlényegülés.” (Tánczos, 2016: 10–11).

A búcsújárás hagyományos megéléséhez szervesen kötődő katartikus vallási tapasztalat a „modern” világ hibridizációs folyamataiban nehezebben érhető tetten. Ez utóbbi alatt érthetjük a szent és profán minőségek összemosódását – zárandok és turista, vallási és magyar nemzeti jelleg – valamint a hagyományos és „modern”, búcsújárási szokások ötvözetét.

A vallásos élmény kifejezési módjainak a Facebook-bejegyzések esetében az aktuális búcsú mottóját, a csíksomlyói Szűz Máriához idézett köszöntést, imát, egyházi személyektől idézett szemelvényeket, a prédikáció egy részletét, a személyes élmények, benyomások említéseit, történetek felidézését, valamint az itt felsoroltak különböző módon kevert változatait tekinthetjük. Gyakran a vallási és a nemzeti identitás kifejezése együttesen érvényesül. Erre a kérdésre lentebb visszatérünk.

A Szűz Máriához címzett fohászok közül a következő 2021-ben létrejött bejegyzést idézem: „Enikő Lőrincz áldottnak érzi magát – itt: Csíksomlyói Nyereg:

Égi Édesanyánk, Csíksomlyói Szűz Mária, rejsd el védő palástod alá gyermekeidet (három imádkozó ikon, egy székel, egy magyar és egy román zászló ikon) 2021 Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú Mottó: A Magasságbeli ereje borít be árnyékával.” Hitben, szeretetben és kitartásban gazdag Áldott Pünkösdi Ünnepeket kívánok” (Lőrincz, 2021). Ebben az esetben hangsúlyozandó a három említett lobogó együttes ábrázolása, amely a multikulturalizmus, elfogadás, békében együttélés eszméit támogatja.

Egy másik, szintén 2021-es Mária-köszöntés így szól: „(imádkozó ikon) Köszöntünk, Somlyó szép Csillaga: Üdvözlégy áldott Szűz Mária! Áldott Pünkösdi Ünnepet! (szív ikon, virágcsokor ikon, imádkozó ikon)” (Csányi, 2021).

A vallási élmény a hazatérés érzetével fonódik össze, erre jó példa a következő poszt: „Ianos Ferenczt jelenleg itt van: Csíksomlyó – kegyhely: Hazajöttünk s Megáldott a Csíksomlyói Boldogságos Szűz Maria! Csíksomlyói Búcsú 2021” (Ianos, 2021).

A mások számára is tanulságosnak tartott prédikációrészlet kiemelése szintén a vallási élmény megnyilvánulásának tekinthető: „Attila Árpád Szász jelenleg itt van: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú !!! Kicsik és nagyok... zárandokok... (galamb és csillag ikon) »Tudatosítsuk, hogy az értékiskálánk nem lehet más, mint: a bölcsesség, a megbecsülés, a türelem, a tudatosság, az emberség, a testvériség, a béke, a család, a nemzet, az egyház, szolgálni és nem uralkodni, termelni és nem csupán fogyasztani, adni és nem csak elvárni, csodálni és nem kizsákmányolni, óvni és nem tönkre tenni, mindezekkel és mindezekben túl (is) nem feledve: A szeretet és annak műve marad meg örökre. (GS 39.)« Fr. Urbán Erik OFM (...) #miraclesareeverywhereforasz” (Szász, 2023).

A hála érzése és ennek kifejezése az egyik alapvető formája a vallásos tapasztalatnak: „Enikő Lőrincz áldottnak érzi magát – itt: Csíksomlyói Nyereg

A 2024 Csíksomlyói Búcsú mottója »Újulatok meg!« (mosoly emotikon, szív ikon) Hálát adok a drága jó Istennek hogy idén is részt vehettem (mosoly emotikon, három imádkozó ikon)” (Lőrincz, 2024).

A vallásos élmény egyik megnyilvánulási formája az egység, a világgal és a mindenséggel való összhangban levés érzése. Erre utalhat a következő bejegyzés „mindenkivel találkozás” fogalma: „Aniko Andrea Lep – Sandor Juhasz és további 2 ember társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói búcsú 2023 (hála ikon, bélyeg ikon, szív ikon) Itt mindenki lehet találkozni (szív szemű emotikon, ölelő emotikon)” (Lep, 2023).

Az egység érzése, a tömegélmény nyilvánul meg a posztokhoz csatolt fényképek többségén, melyeknek egyik leggyakoribb témája a búcsús tömeg szemléltetése. Ezalatt főként a búcsú nagytól jellegű ábrázolásmódját értem, ahol a kamera nem fókuszál konkrétan egy emberre vagy embercsoportra, hanem a teljes jelenetet próbálja egy képkivágásba sűríteni. A búcsúra összegyűlt tömeg szemléltetése többféle jelentéstartalommal bírhat. A búcsús tömeg alatt egyaránt érthetjük az emberek, a keresztény hívők, zarándokok, magyar ajkúak és nemzetiségűek, székely etnikumúak tömegét stb. A tömegképhez gyakran társul az erő koncepciója, ez változhat attól függően, hogy az összegyűlt csoportjának mely vonatkozását akarja szemléltetni valaki. Például a búcsú tömegének ábrázolása – bizonyos kontextusokban – a magyarság erejének szimbolikus megjelenítéseként értelmezhető.

Jelen esetben a búcsú résztvevői tömege, mint a keresztény vallásosság reprezentációja fejeződik ki azokon a fotókon, ahol a sokadalom és a Hármashalom-kápolna keresztje kerül egy kompozícióra. Az itt elemzett kép (2. kép) alsó részét és előterét – mintegy talapzatként – foglalja el az említett kápolna fődésének hármass íve, illetve az ebből kimagasló kettős kereszt. Ez a szimbólum a magyar államiság és a keresztény hit együttes kifejeződéseként is értelmezhető, az Anjouk korától a magyar címeren is megjelent, majd később a magyar és székely nemzeti öntudat és keresztény hit összekapcsolódását is jelképezi (Bálint & Barna, 1994: 28). A kép háttérében több ezer ember apró – már-már a pixelek méretével egyenértékű – pontjai töltik be a képteret. A tömeg ábrázolásából nem emelkedik ki egyetlen nemzeti szimbólum sem, a zászló, a kápolna ívei és a kettőskereszt domináns formái alatt minden résztvevő és csoportosulás egyenértékűként jelenik meg.

A búcsún részt vevő és a közösségi médiában megosztott tömegképek nézőpontja könnyebben meghatározható, mint a profi fényképészek által komponált képek. Előbbi esetében (3. kép) a résztvevő maga is a tömeg alkotóeleme, így a fénykép előterében láthatóak a közvetlen környezetében tartózkodó személyek.

Ugyanitt említhető egy másik példa, amely – bár más szemszögből mutatja a tömeget – mégis a résztvevő nézőpontjának a saját környezetébe, a körülötte lévő tömegbe való beágyazottságára utal (4. kép).

A tömeg teljességét a legobjektívebben a drónfelvételek tudják szemléltetni. Ilyen felvételekre is találunk példát az elemzett közösségi média felületén. Egyik esetben a közölt videófelvétel atmoszférikus zene kíséretében közvetíti a búcsún részt vevők madártávlati nézetét, a másikban a felvételhez zenei aláfestésként társul az „Ó, én édes jó Istenem...” kezdetű dal.

A közösségi médiában egyre aktívabb szerepet vállalnak az egyházi szervezetek, akik tevékenységeik fontos eseményeit dokumentálják és kommunikálják. Erre jó példa a Seminarium Incarnatæ Sapientæ, a gyulafehérvári papnevelő intézet Facebook-oldala, amely 2023-ban és 2024-ben is történetmesélő kedvvel és fényképek mellékelésével számol be a kispapok csíksomlyói pünkösdszombati zarándoklatáról. Mindkét említett évben posztolnak csoportképet a Hármashalom-oltár közelében (9. kép), illetve a búcsús tömeg egészét is szemléltetik, 2023-ban

pedig egy hatfős szelfit (**10. kép**) mutatnak be, háttérben az említett építménnyel. Az általuk közzétett fényképeken és azok kompozíciós hangsúlyain is észrevehető, hogy a búcsún való részvételük és annak megélése tekintetében a saját kispapi közösségben való létük az elsődleges. Külön figyelmet érdemelnek a bejegyzések végén szereplő nagy számban alkalmazott hashtagek: „#SIS #Gyulafehérvár #szeminárium #Csíksomlyó #Csicsó #Csíkcsicsó #Csíkcsöntkirály #Csíkcsöntgyörgy #Háromtizes #Csíkcsöntsimon #Csíkcsontpoca #Nagykászton #Kászton #Kásztonújfalú #pünkösdi #búcsú #pünkösdi #búcsú2024 #pünkösdi #búcsú #közösség #találkozás #pasztoráció” (Seminarium Incarnatae Sapientiae, 2024). A hashtagek kulcsszavakként szolgálnak, ami által a felhasználók könnyebben hozzájuthatnak az érdeklődési körükhöz közelebb álló tartalmakhoz (Veszelszki, 2016: 147–148). Az említett poszt esetében a hashtageket tekintve elmondható, hogy nem csupán saját intézményi kereteik népszerűsítésére használják ezeket, hanem az őket vendégszeretettelükkel fogadó plébániákat is megjelölik, ezáltal teremtve egyfajta közösségi hálózati kapcsolatot a közösségi média felületén is.

7. SZEMÉLYES ÉLMÉNYPEGOSZTÁS

Noha a közösségi média elsősorban élmény- és történetmegosztásra szolgál, a búcsúval kapcsolatos bejegyzések között ritkán találhatók olyanok, amelyek kifejezetten a résztvevők személyes tapasztalatait dokumentálják. Ez a tartózkodás a személyes történetek és élmények megosztásától feltehetően a közösségi média egyik alapvető jellegzetességéből fakad, nevezetesen abból, hogy a profilbeállításoktól függően a posztok láthatósága széles körű, beleértve az ismerősökhöz túl akár kutatókat is. Ennek következtében a posztoló szubjektív élménye könnyen kritikák, elutasítás vagy rosszindulatú kommentek keresztüztüzebe kerülhet.

A vizsgált források alapján elmondható, hogy a résztvevők többnyire rövid mondatokban fejezik ki tapasztalataikat, melyeket gyakran emotikonok vagy fényképek illusztrálnak. Ezek alapján személyes megnyilvánulásnak tekinthető minden olyan szövegben kifejezett gondolat, amely sajátosan fejezi ki a búcsún tapasztalt benyomásokat. Az alábbi poszt egyidejűleg jeleníti meg a búcsúra érkezés örömet, valamint arra ösztönzi az olvasókat, hogy életük során legalább egyszer vegyenek részt az eseményen. „Brigitta Sándor Heim hálás – itt: Csíksomlyó: Reggeli szép! (glóriás emotikon) Megérkeztem! (három szívecskés emotikon) Hála Istennek és a Csíksomlyói Szűz Anyának, újra itt Csíksomlyón! (fehér szív ikon) Ide egyszer mindenkinek el kell jönni, utána már vissza vágysz! (szív, ölelő emotikon) Mottó: »Újulatok meg!« (Ef 4,23) (glóriás emotikon, fehér szív) Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú 2024 (három szívecskés emotikon, templom ikon)” (Sándor Heim, 2024).

Egy másik példa: „Török Zoltán nagyszerűen érzi magát – itt: Csíkszereda (Hargita megye) (öt imádkozó ikon) CSIKSOMLYOI BUCSU végre én is eljutottam (két kacsintó emotikon és két hüvelykujjat feltartó ikon) 2023 Imádkozom mindenkiért (három imádkozó ikon).” (Török, 2023). A posztoló kifejezi örömet amiatt, hogy végre lehetősége nyílt eljutni a csíksomlyói búcsúra, illetve másokat is – akár akik nem tudtak eljönni – biztosít afelől, hogy imádkozni fog értük.

Mindkét bejegyzés a búcsúra való megérkezés örömet fejezi ki, egyúttal hangsúlyozza az imádság révén történő közösségiszándék-kifejezést.

A szombat déli nagymisén való részvételtől lényegi és közvetlen formában számol be az itt következő poszt: „Andreia Farkas – Mihaela Farkas és további 7 ember társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Egy csodálatos nap emlékére 2024.05.18 Csíksomlyói búcsú (szív ikon, glóriás emotikon, imádkozó ikon, bélyeg ikon) !” (Farkas, 2024). A bejegyzés szövegében megfogalmazott „csodálatos nap emléke” a hozzácsatolt családi fényképek bensőséges hangulatán is tükröződik. Két szelfi a posztolóról, párjáról és kisgyermekükéről, valamint egy nagyobb „családi” szelfi a többi hozzátartozóikkal, ismerőseikkel a háttérben valóban egy közvetlen, meghitt, búcsúélmény hangulatát közvetítik.

A búcsúra való eljutás nemcsak vallási és spirituális beteljesülést jelenthet, hanem egyben fizikai erőpróbát vagy sportteljesítményt is, ez érthető az itt idézett bejegyzésből: „Árva-Tasi Gabriella Zoltán Árva társaságában van, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Megcsináltuk !!!! Csíksomlyói búcsú 2023” (Árva-Tasi, 2023). Hasonló motivációk és kihívások érezhetőek ki a következő poszt szövegéből: „Bence Koplányi csodásan van – Vad Vivien és Gréta Horák társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói búcsú 2023! Kálvária megmaszva! (napszemüveges emotikon)” (Koplányi, 2023). A bejegyzéshez csatolt fényképek is a keresztútvégzés mozzanatait rögzítik, majd két szelfi formájában tudósítanak a szerencsés megérkezésről. A fotók a résztvevő személyes szemszögéből mutatják be a búcsú egy kiragadott mozzanatát.

A búcsús élmény személyes dimenziója a mellékelt fényképeken főként a résztvevők önmegjelenítésében, hozzátartozóihoz, a búcsú más résztvevőihöz vagy a tömeghez való viszonyának vizuális kifejezésében mutatkozik meg.

Ez a jelenség több kompozíciós szempontból is elemezhető, mivel ezek az aspektusok jelentős információval szolgálhatnak az egyénnek a búcsúhoz mint vallásos és nemzeti eseményhez fűződő viszonyáról. Amennyiben a résztvevő önmagáról vagy csoportban, a búcsús környezet háttérével szelfit készít, a kompozíció egyes elemeinek egymáshoz való viszonya fontos elem a kép értelmezésében. Az egyén jelenléte hangsúlyozódik, vagy esetleg a párkapcsolati, baráti, családi viszonyai az elsődlegesek, amelyek együttesében vesz részt a búcsún? A képen találhatóak-e valamilyen identitást kifejező szimbólumok, és ezek mekkora jelentőséggel bírnak a kép egészére nézve?

A szelfi műfaja is igen gyakori a búcsú közösségimédia-reprezentációi között. A szelfikészítés a dupla kamerás telefonok, tabletek majd a szelfibotok széles körű használatával kezdett elterjedni. Bár kezdetben elsősorban társadalmi ellenérzéseket váltott ki – egyrészt nárcisztikus, másrészt a magányosságra vagy izolációra utaló jellege miatt –, a 2010-es évektől az egyik legelfogadottabb, leginkább magától értetődő önkifejezési formává vált. A szelfire manapság egyfajta státuszszimbólumként is szokás tekinteni. Az illető személyes, külső megjelenése – melyet gyakran lát el különféle „szépítő” szűrőkkel és effektusokkal – és a háttérben megjelenő környezeti és táji elemek azt a célt szolgálják, hogy érzékeltessék az egyén jelenlétét egy reprezentatív helyszínen (Pusztai, 2020: 107–108).

Jellemző példaként említhető az egyén és a búcsús tömeg viszonyának kiegyensúlyozott bemutatására az a szelfi, melyen a képkészítő férfi portréja a kompozíció bal alsó sarkában helyezkedik el, a képtér többi részén a búcsús tömeg, a Kis-Somlyó „nyerge” – benne a Hármashalom-oltárral –, valamint a háttérben a Hargita hegyvonulatai látszanak (11. kép). Ez a fénykép mind kompozíciós, mind tartalmi szempontból harmonikus módon juttatja érvény-

re az egyénnek a búcsú egészéhez való viszonyulását: habár hangsúlyosan a posztoló személy van az előtérben, mégis a kép oldalára „húzódva” a búcsús tömeg teljességét igyekszik kifejezni.

A búcsún készített szelfi fotó egy másik példája, amikor az eseményen való részvételnek egyértelműen a társas kapcsolati formája az elsődleges, és emellett elhalványul minden vallási vagy nemzeti identitást kifejező elem, szimbólum. Ez olyan kompozíciós megoldással érvényesül, amiben a búcsún részt vevők portréi a képtérnek körülbelül a háromnegyedét kitöltik, a háttér alapján pedig alig azonosíthatnánk, hogy a csíksomlyói pünkösdi búcsún készült a felvétel. Erre jó példa a **12. és 13. kép**. Az utóbbi esetében a négy barátnő alakjáról és a háttér zöldjében üldögélő emberek alapján a poszt szövege nélkül aligha ismernénk fel, hogy milyen eseményen készült a felvétel. Ezekben az esetekben inkább a társas, illetve a baráti kapcsolat hangsúlyozása az elsődleges a búcsús tapasztalat megélésében.

A szelfi elsődleges műfaji adottságainak – hogy alapvetően egy, vagy ritkább esetben kisebb csoportról készül – a teljesen kiterjesztett változatát figyelhetjük meg a **14. képen**. A képtér bal alsó negyedében a képet készítő nő portréja vehető észre, a fennmaradó többi felületen pedig egyenletesen elosztva jelennek meg a hozzátartozóinak, barátainak alakjai.

8. A MAGYAR NEMZETI IDENTITÁS MEGÉLÉSÉNEK MEGOSZTÁSA

A búcsú nemzeti arculatának kialakulásában döntő szerepet játszottak különböző történelmi események, kulturális és politikai változások. Habár a csíksomlyói pünkösdi búcsú a XIX. században még a katolikus székelyek hagyományos búcsújáróhelyeként volt számontartva, a trianoni békeszerződést és majd a második bécsi döntést követő időszakokban is egyre többször említik nemzeti kegyhelyként. A romániai kommunista diktatúra évtizedeiben tiltott volt a búcsújárás, így az esemény nemzeti vonatkozása semmiképp nem lehetett közbeszéd tárgya (Mohay, 2023: 465–468). Az 1989-es rendszerváltást követően a nemzeti jelleg ismét felerősödött, és napjainkra szinte a vallással egyenrangúként szokás említeni.

Az eseményen részt vevő világi előljárók sora és médiajelenléte, a búcsúról szóló cikkek szövegének és képi világának hangsúlyos nemzeti keretezése, a különféle nemzeti szimbólumok gyakori, ismétlődő reprezentálása mind hozzájárul a búcsú nemzeti jellegének erősödéséhez. Ez a bejegyzések szövegeiben gyakran a búcsú vallásos lényegiségével együttesen nyilvánul meg.

A Facebook-bejegyzések vizsgálatakor a nemzeti identitás kifejezésének tekinthetjük azt, ha valaki kimondottan a „magyaroknak” kíván valamit, hozzájuk szól, nemzeti érületű idézetet, mondatot, gyakran emlegetett kifejezést fogalmaz meg, de az is ide tartozik, amikor emotikonok vagy hashtagek formájában juttatja érvényre/közli nemzeti hovatartozását.

A magyar nemzeti érzés egyik kulcsmondata – „Voltunk, vagyunk s leszünk” – fogalmazódik meg az egyik bejegyzésben, melyet egy világi előljáró, Csányi Attila tett közzé: „Csányi Attila hivatalos oldala jelenleg itt van: Csíksomlyó kegyhely: (imádkozó ikon) Köszöntünk, Somlyó szép Csillaga: Üdvözlégy áldott Szűz Mária! Áldott Pünkösdi Ünnepet! Csíksomlyói Pünkösdi búcsú 2021-ben (magyar zászló ikon) Voltunk, vagyunk s leszünk! (imádkozó ikon)” (Csányi, 2021). Ez utóbbi mondat jelentésének hangsúlyozásához kapcsolódik a magyar zászló ikon beékelése is.

A vallási és nemzeti jelentéstartalmak hibridizációjára tökéletes példa az alábbi: „Edit Laczkó áldottnak érzi magát – Larissza Vanda Laczkó társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Az élet ÁLDÁS! Áldott Pünkösdi ünnepet kívánok a Csíksomlyói Búcsú üzenetével: PAX ET BONUM! BÉKE ÉS JÓSÁG! Istennel minden lehetséges! HIT + REMÉNY + SZERETET + HÁLA! LEGYETEK BÉKESSÉG SZERZŐ ÉS A JÓSÁG OSZTÓI! LEGYEN VELÜNK A JÓ ISTEN ÁLDÁSA NÉPÜNKÉRT, NEMZETÜNKÉRT! #azéletáldás #magyarnemzet #székelység #Székelyföld #Erdély #Magyarország #Hungary #béke #jóság #békeésjóság #PaxetBonum #pünkösdbúcsú #Csíksomlyóibúcsú #összetartozunk #csíksomlyó #megemlékezés #zarándoklat #Csíksomlyó #Búcsú #nemzetiösszetartozásnapja #trianon #június4 #egyvérből vagyunk #külhon #cselekvőnemzet #össznemzet” (Laczkó, 2022). Figyelemre méltó, hogy a posztoló személy közlésében a búcsú mottója, fő kulcsszavai, az olyan magas rendű rendű spirituális, vallási fogalmak, mint a béke, jóság, hit, remény és az olyan nemzeti ideológiák fele mutató kifejezések, mint az „össznemzet”, az „egy vérből valók vagyunk” megfogalmazások mind szervesen kapcsolódnak a búcsúhoz.

A 2022-ben a nemzeti összetartozás napja és a csíksomlyói pünkösdi búcsú ugyanarra a dátumra, június 4-re esett. Ebből adódóan több erdélyi és magyarországi hírportál is hasonló címválasztással reagál a két ünnep együtt állására (Farkas, 2023. június 4.). Erre egy másik példaként hozható fel a következő bejegyzés: „Both Béla Csaba Attila Tóth társaságában van, itt: Fodor Ház: Két kürtös a Csíksomlyói Trianon emlékműnél. #Csíksomlyóibúcsú2022 #június4 #Nemzetiösszetartozásnapja #Székelyhadosztály #Nemnemsoha” (Both, 2022). A poszt szövegében a „nemnemsoha” hashtag beszúrása utal a korábban is említett revizionista eszmékre.

A „magyaroknak” címzett jó kívánság megfogalmazása elsősorban hivatalos politikai profiloktól származik: „Nemzetpolitikai Államtitkárság jelenleg itt van: Csíksomlyó: (kereszt ikon) »Újuljatok meg!« (imádkozó kéz, bélyeg ikon) (magyar zászló ikon) Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024 (galamb ikon) (templom ikon) Áldott pünkösddöt kívánunk minden magyarnak! (magyar zászló ikon) Potápi Árpád János (fényképezőgép ikon) Magyarország Főkonzulátusa Csíkszereda” (Nemzetpolitikai Államtitkárság, 2024). A pünkösdi jókívánságban „a minden magyarnak” fordulat implikálja más nemzetiségű résztvevők kizárását.

Egy másik bejegyzésben a médiában gyakran használt, bevett formula jelenik meg, amely a csíksomlyói búcsút mint a magyarság legnagyobb találkozóhelyét, vagy mint a nemzeti összetartozás egyik ünnepét jelöli meg: „Csöbör Katalin jelenleg itt van: Csíksomlyó: A magyarság legnagyobb találkozója: Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024 (magyar zászló).” (Csöbör, 2024).

Érdekesség, hogy mind az erdélyi, mind a magyarországi online sajtóban megjelenő, a búcsúval kapcsolatos erőteljes magyar nemzeti színezetű gondolatosság az elemzett közösségi média felületének posztjaiban nem jelenik meg ugyanolyan határozottsággal. Az eseményről szóló, civilek által közzétett bejegyzések között kevés, 89-ből 12 posztban jelenik meg írott vagy emólikonnal jelzett, nemzeti érzületre utaló tartalom.

A búcsús tömeg, mint a magyarság erejét szimbolizáló képi elem azokon a fényképeken ragadható meg, ahol a tömegből egyértelműen kimagaslanak a nemzeti színű zászlók. Erre példa a fentebb már idézett bejegyzés és a hozzá tartozó egyik kép (1. kép a mellékletben), melyen a Hármashalom-oltár előtti teret elfoglaló tömeg látható a Nagy-Somlyó felől, az oltár mellett pedig – a képen látható méretarányok alapján – az építmény méreteihez hasonló székely zászló

azt a benyomást kelti, hogy az esemény vallási, liturgikus jelentősége és a székhely nemzeti vonatkozása közel egyenrangú.

A résztvevők hagyományosabb képi ábrázolásaként említhető a búcsús környezetben az egyszerű – más fotós által készített – fénykép vagy csoportkép, háttérben a csíksomlyói „nyereg” domborzati formáival és az ebben helyet foglaló embertömeggel együtt (5., 6., 7. kép). A legutóbb hivatkozott kép esetében kiemelt magyarázó elem a csoportkép háttérében a „Tájak 2” feliratú tábla, amely jelzi a kép alanyainak hovatartozását. A személyes jelenlétük mellett, képviselik otthonukat, térségüket, ahonnan a búcsúra érkeztek. Egy másik példa a közösségi identitás hangsúlyozására a Rákóczi Szövetség által posztolt csoportkép (8. kép). Az említett civil szervezet fő célja a magyar identitás és kultúra megőrzése a Kárpát-medencében. A fényképen Kis-Somlyó nyergében nagy lélekszámú mosolygós, nyakukban sárga szalagot viselő diákcsoportot láthatunk, előtérben egy méretes „Rákóczi Szövetség” feliratú zászlóval. A csoportból még kitűnnek a „Szent Mór Iskolaközpont” és a „Szent Imre Nyíregyháza” feliratú táblák, amelyek pontosítják a jelenlevők intézményi háttérét. A csoporthoz tartozik továbbá egy szalagokkal ellátott kereszt, egy magyar zászló, egy székely zászló és egy Árpád-sávós zászló is. A háttérben két búcsús körmeneti zászló is feltűnik. A fényképen a szervezet lobogója tűnik dominánsnak a többi zászlóhoz képest, a háttérben megjelenő különböző szimbólumok révén pedig sűrítetten mutatja fel a Rákóczi Szövetség által képviselt értékeket: fiatalság, összetartozás, nemzeti identitás, kisebbségi identitás, kereszténység.

9. A BEJEGYZÉSEKHEZ FÜZÖTT HOZZÁSZÓLÁSOK

A posztokhoz fűzött hozzászólások esetében is a vizuális önkifejezés dominál. A leginkább elterjedt gyakorlat, hogy a búcsún részt vett személyek hozzátartozói, ismerősei különféle – rendkívül változatos formájú – emotikonok, matricák,² felhasználói profiljukat megjelenítő „avatarok”³ formájában szólnak hozzá egy-egy bejegyzéshez.

Ezek közül a leggyakoribb a kéztartással imádkozást ábrázoló és a galambot megjelenítő matricák használata, ezek többféle változatban (glóriával, különböző színekben) jelennek meg. Továbbá előszeretettel használják a szívet ábrázoló, vagy a különféle állatfigurás matricák (pl. nyúl, kutya, medve) képi illusztrációit. Elemzésük meghaladná jelen kutatás kereteit, így ezek részletes elemzését mellőztem kutatásom során.

A szöveges hozzászólások tematikáját illetően a búcsún részt vevők lelki támogatása, zárándoklatuk teljesítéséhez fűzött, örömteli gratulációik az elsődlegesek. Ez érezhető ki az itt idézett három kommentből: „Livia Kocsis: Jó, hogy eljutottatok. Istennek legyen hála” ; „Erzsébet

2 A matrica (angolul *sticker*) a Facebookon egyfajta vizuális elem, amelyet üzenetekben, hozzászólásokban vagy történetekben lehet használni az érzelmek, reakciók vagy hangulat kifejezésére. Ezek a matricák nagyobbak és részletesebbek, mint az emoji, és gyakran rajzfilmfigurákat, mémeket vagy egyedi grafikai elemeket ábrázolnak.

3 A Facebook-avatar egy személyre szabható, rajzfilmszerű digitális karakter, amely a felhasználó külsejét és stílusát tükrözi.

Szász: Nagyon ügyesek vagytok, puszi!!!”; „Erzsebet Dunai: Lélekben veletek voltunk! (imádkozó kezek és virág ikon)” (Tekla, 2024).

Arra is találunk példát, amikor a kommentelők egyrészt sajnálkozásuknak adnak hangot amiatt, hogy nem tudtak részt venni a búcsún, de egyúttal hálájukat fejezik ki a közzétett képekért, mert ezek által ők is részesülhettek bizonyos fokig a búcsú szellemiségéből. Ennek alátámasztására idézem az egyik hozzászólást: „Alzbeta Lencsesova: Nagyon szép hely, elragad a kegyeletével, nagyon sajnálom, hogy már nem merek útnak indulni.” (Bíró, 2022).

A búcsúval kapcsolatos bejegyzéseket véleményezőők a táj szépségére is reflektálnak, kifejezve azon örömeiket, hogy ismerősük milyen „szép” tájra, környékre jutott el.

Jellemző továbbá a köszönet kifejezése, hogy a megosztott képek révén közvetetten kapcsolódhatnak az eseményhez. Egy politikai előjáró által megosztott bejegyzéshez és a hozzá tartozó gazdag képi anyaghoz 48 lelkes hozzászólás érkezett: „Schwarzkopf Margareta: Felemelő érzés látni mindig a Csíksomlyói Búcsút, sajnos most nem élőben, csupán a megosztás alapján.” Egy másik kommentelő megnyilatkozása: „Ika Sipos: Köszönjük a képek általi élményt is. Csodálatos felvételek, sok fiatallal. Ez szívmengető.” (Csányi, 2021). Ugyanezen bejegyzés hozzászólásaként említhető a következő: „Eszter Majoros: Gyönyörködve nézem a képsorokat, most sem jutottam el közéték! Legyen áldásos a Pünkösdi Ünnepek, Isten segítsen utatokon!” (Csányi, 2021).

Az itt említett két hozzászólás azt támasztja alá, hogy a búcsú kiragadott mozzanatainak az online térben való képi megjelenítése döntő fontosságú a zárandoklat megtevésére alkalmatlan személyek számára. Ezáltal a búcsúról készült felvételek szemlélése egyesek számára a búcsún való jelenlét érzetét hordozhatja. Érdekes megfigyelni, hogy annak függvényében, hogy ki teszi közzé a bejegyzést, meghatározza a hozzászólók véleménynyilvánításának stílusát és hangnemét. Ha például egy politikai szereplő közöl információkat a búcsú szervezésével, szabályaival kapcsolatban, alatta gyakran jelennek meg negatív, személyeskedő hangvétellű kommentek: „Kinga És Endy: Bezzeg június 1-től maszkmentesen és tömegesen lehet élvezni a román tenger hangulatát (két mérges emotikon) ... azt megengedik... a zárandoklatot meg nem...” (Csányi, 2021).

Ha egy egyházi szervezet posztol, például a gyulafehérvári kispapjai pünkösdi zárandoklatáról, az alatt szinte kizárólag szabványos, vallási jellegű („Ámen”) hozzászólásokat olvashatunk, a különféle, fentebb említett matricák ritkán fordulnak elő (Seminarium Incarnatæ Sapientiae, 2024).

Az itt említett vizuális elemek egy része a kereszténység szimbólumait – imádkozó kezek, galamb – vonultatja fel. A kommentelők ezen szimbólumok közzétételével juttatják érvényre vallási kötődésüket az eseményhez, illetve annak szellemiségéhez (galamb matrica mint a Szentlélek szimbóluma). Másrészt a résztvevők, zárandokok vagy mások iránti gondoskodás, együttérzés, támogatás stb. szándékát fejezhetik ki az imádkozó matrica mellékelésével a kommentmezőben.

A gyakran alkalmazott matricák az érzelmek és identitás kifejezését szolgálják, esetleg utalnak a kommentelő és a bejegyzést közzétevő viszonyára, ilyenek például a hozzászólásban megjelenő avatarok vagy a különféle szeretetkifejező emotikonok, matricák.

Kézenfekvő megállapításnak tűnik, mégis indokolt hangsúlyozni, hogy a közösségi médiában megosztott búcsúélmény jelentősen eltér a személyes részvételen alapuló vagy írásos formában rögzített élménybeszámolóktól.

A búcsúval kapcsolatos Facebook-posztok tartalmi struktúrájában visszatérő mintázatok és konvenciók figyelhetők meg. Ez részben az adott médium (illetve más hasonló platformok, mint az Instagram, TikTok, Twitter) sajátos működési logikájából fakad. Marshall McLuhan óta tudjuk, hogy a „médium maga az üzenet”. Vagyis nemcsak az számít, *mit* közlünk, hanem az is, hogy *milyen médiumon keresztül*. A médium nem pusztán a tartalom hordozója, hanem aktívan alakítja azt, ahogyan a tartalmat értelmezzük, sőt hatással van a társadalomra, gondolkodásmódunkra, érzékelésünkre (McLuhan, 1967: 10–26). Ezt a gondolatot fejlesztette tovább és alkalmazta az újmédia kontextusában Lev Manovich (2008). A digitális média és a szoftveres kultúra viszonyát vizsgálva mutatja ki, hogyan szabják meg a digitális platformok a lehetséges tartalmi formákat. Azt állítja, hogy a számítógépes gondolkodásmód átalakítja a média hagyományos, kulturálisan meghatározott logikáját. Míg a korábbi kulturális kifejezésformákat elsősorban a narratív struktúrák jellemezték, addig az újmédia középpontjában az adatbázis áll, amelynek működési elve tükrözi az információs kor uralkodó gondolkodási mintáit. Ennek következtében az újmédia hozzájárul a kultúra újfajta értelmezéséhez és újraértelmezéséhez (Manovich, 2008: 25–26).

A búcsú közösségimédia-reprezentációjában a médium általi determináltság gondolatát érvényesíthetik a résztvevők helymegjelölését, az érzelmeket, hangulatokat, eszmei tartalmakat vizuálisan, sematikusan kifejező megoldások, amelyek különféle ikonok, emotikononok, matricák, GIF-ek, avatarok formájában nyilvánulnak meg.

A posztok tartalmi felépítésének másik sajátossága a hagyományos vallásos, liturgikus formulák átemelése a közösségi média felületére. Ide tartoznak a bejegyzések szövegeibe foglalt imák, idézetek, Isten anyjához intézett fohászok, az aktuális búcsú mottójának vagy a prédikáció kiemelt részleteinek felidézése, illetve az „ámen” kifejezés gyakori használata a kommentek sorában. Ezeket egészítik ki a fentebb említett vizuális elemek gyakori használata a bejegyzések, hozzászólások terében.

A közösségi média posztjainak vizsgálatában Gillian Rose vizuális tartalomelemzésről szóló módszertanának alkalmazható elemeire támaszkodtam a posztok szövegeinél és képi anyagánál egyaránt.

Gillian Rose *Visual Methodologies* (2001) című munkájában egy olyan módszertant kínál, amely a vizuális reprezentációk több szintű elemzésére épül. Ezek az elemzési szintek lehetővé teszik a vizuális reprezentációk összetett vizsgálatát, mivel nem csupán a képek esztétikai és tartalmi vonatkozásaira koncentrálnak, hanem azok társadalmi kontextusát és hatásmechanizmusait is figyelembe veszik.

Az első elemzési szint magára a képre vonatkozik (site of the image): mit ábrázol a kép, milyen kompozíciós elemek jelennek meg (színek, fények, elrendezés stb.), milyen fotográfiai művészeti stílushoz kapcsolható? (Rose, 2001: 17–22) Elemzésem során arra fókuszáltam, hogy ki a poszt közzétevője, mi a szöveg fő mondanivalója, ezeket milyen vizuális elemekkel (emotikonok, ikonok) teszi érzékletesebbé, a képek esetében pedig mi a kép témája, hogyan szerveződik a kompozíció, mely motívum kerül kiemelésre. A második szint a kép előállításával (site of production) kapcsolatos: ki készítette a képet, és milyen szándékkal, milyen technológiai vagy

kulturális környezetben jött létre, milyen hatalmi struktúrák befolyásolták a létrejöttét? (Rose, 2001: 22–23) Jelen kutatásban ez az értelmezési szint azon bejegyzések esetében volt releváns, ahol valamilyen szervezet, esetleg világi vagy egyházi előljáró posztját vizsgáltam. Például a Rákóczi Szövetség által posztolt fénykép esetében a fiatalság jelenléte a búcsún, a nemzeti összetartozás, megmaradás politikai színezetében tűnik fel. A gyulafehérvári kispapok által közzétett bejegyzés és fényképek egy egyházi szervezet jelenlétét és szerepvállalását erősíti meg a búcsú reprezentációi között. Végül a kép befogadása és használata (site of audiencing) arra utal, hogyan értelmezik a nézők a képet, pontosabban milyen társadalmi, kulturális vagy politikai kontextus határozza meg a jelentését, milyen eltérések lehetnek a különböző nézői csoportok között (Rose, 2001: 24–27). Ez a befogadói aspektus két szinten értelmezhető a búcsúhoz kapcsolódó tartalmak esetében. Az egyik oldalhoz tartoznak a hozzászólások. Ezek főként a résztvevőhöz fűződő személyes, ismeretségi viszony alapján „értékelik” a résztvevő zarándoklatát, jelenlétét a búcsún. A zarándoklat megtételére vonatkozó gratulációk, a lelki támogatás megnyilvánulásai – különösen az imádkozásra utaló gesztusok révén – és az ezekhez társított különféle vizuális elemek melléklete fordul elő leggyakrabban. Továbbá rendszeres gyakorlat a sajnálkozás kifejezése aziránt, hogy az illető nem vehetett részt az eseményen, illetve a megosztott képekért való köszönetmondás is jellemző mintázatként jelenik meg.

A befogadói oldal másik, komplexebb oldalát jelenti a posztok szövegének és képi anyagának tágabb társadalmi és kulturális kontextusba helyezése. Gillian Rose szerint annak érdekében, hogy releváns következtetéseket tudjunk levonni a tartalomelemzésből, szükséges olyan kulcsszavakat és kulcstémákat megállapítanunk, amelyek gyakran előfordulnak, és meghatározó jelentőséggel bírnak. A tartalomelemzés alapját jelenti az, hogy egy képekből vagy szövegekből álló mintában számba vesszük bizonyos vizuális elemek előfordulási gyakoriságát, majd elemezzük ezeket. Ahhoz, hogy a végső eredmények megismételhetők és érvényesek legyenek, bizonyos feltételeknek kell teljesülniük az eljárási folyamat minden szakaszában (Blaskó & Margitházi, 2010: 394).

Jelen kutatás során az elemzett posztokhoz tartozó képi anyagban a következő kulcstémákat azonosítottam: imaidézet, mottó, öröm, hála, áldás érzésének kifejezése, másokról való gondoskodás (gyakran fohász, ima formájában), magyar nemzeti – olykor szélsőséges – identitás kifejezése, tömegélmény, személyes hitvallás kifejezése, családi és baráti összetartozás, közösségben való létezés, a világ teljességével való azonosulás, otthonosság, hazatérés, a táji környezet szépségének kifejezése, önreprezentáció (például szelfi által), a búcsús élmény képek általi átélése stb.

Az imént felsorolt, a bejegyzésekben megjelenő fő témák és a szövegek és képek részletes elemzése következtében három fő diskurzus körvonalazható a búcsú digitális reprezentációiban: a vallási élmény, a nemzeti identitás és a személyes identitás. Mielőtt rátérnék ezek részletes értelmezésére, szükségesnek tartom összefoglalni a diskurzus fogalmát.

A diskurzus fogalma a társadalomtudományokban sajátos jelentéssel bír: olyan kijelentések csoportjára utal, amelyek meghatározzák, hogy egy adott dolgot hogyan gondolunk el, és ennek alapján hogyan cselekszünk. Más szóval, a diskurzus egy meghatározott világszemléletet tükröző tudáskonstrukció, amely befolyásolja, hogyan értelmezzük a világot és hogyan cselekszünk benne. A diskurzusok különböző vizuális és verbális képeken és szövegeken, specializált vagy hétköznapi formában, valamint azokon a gyakorlatokon keresztül artikulálódnak, amelyeket ezek a nyelvek lehetővé tesznek. Mivel a diskurzus számos különböző formában nyilvánul

hat meg, az intertextualitás kulcsfontosságú annak megértésében. Ez a fogalom Rose szerint arra vonatkozik, hogy egy adott diszkurzív kép vagy szöveg jelentése nem csupán önmagából fakad, hanem más képek és szövegek jelentései is befolyásolják, azok összefüggéseiben is értelmet nyerhet (Rose, 2001: 136.). A búcsúval kapcsolatos sajátos diskurzusok is több száz poszt és fénykép elemzése és összehasonlítása következtében bontakoznak ki.

Lynda Nead brit művészettörténész *Myths of Sexuality: Representations of Women in Victorian Britain* (A szexualitás mítoszai: A nők reprezentációja a viktoriánus Britanniában) című művében a diskurzus fogalmával kapcsolatban azt is felveti, hogy a „művészet” szintén diskurzusnak, egy specializált tudásformának tekinthető. Azt állítja, hogy „a 19. századi művészeti diskurzus magában foglalta a vizuális képek egymásra épülését, a kritika nyelvezetét és struktúráit, a kulturális intézményeket, a művészeti közönséget, valamint azokat az értékeket és tudásokat, amelyek a magas kultúra tett lehetővé és hozott létre” (Nead, 1988: 4).

A diskurzuselemzés I. változata a diskurzus különböző vizuális képekben és verbális szövegekben való megnyilvánulására, mint az adott diskurzushoz kapcsolódó gyakorlatokra alapoz. A diskurzuselemzés I. változatának egyik témája a diskurzus saját szerveződése. Hogyan van pontosan felépítve egy adott diskurzus, és hogyan hoz létre egy adott típusú tudást? Írásos vagy beszélt diskurzusokkal kapcsolatban a diskurzuselemzés például azt vizsgálja, hogy egy adott diskurzus hogyan ír le dolgokat (Rose, 2001: 150). A csíksomlyói pünkösdi búcsú lényegisége és jelentésrétegei sokat változtak az idők folyamán. Az, hogy egy adott időszakban milyen tudás(ok) mentén szerveződik a résztvevők búcsúról alkotott képe, mit jelent számukra a búcsú lényegisége, azokból a diskurzusokból épül fel, amelyek mentén a társadalom különböző csoportjai, rétegei beszélnek az eseményről.

Mindezt alapul véve és a fentebb ismertetett tartalomelemzés fő témáinak és sajátos kifejezési formáinak alapján a búcsú közösségimédia-reprezentációjában az egyik fő diskurzus a vallási élmény kifejezése és közzététele. A búcsún való részvétel, mint vallásos élmény a közösségi média általam vizsgált felületén egy összetett élményhalmazként fogható fel, melyben különféle eszmék, érzések gyakran kevert változatai csapódnak le. Ezek egyszerre lehetnek nagyon személyesek, szubjektívek és általánosak, olykor klisések. A vallási élmény diskurzusába tartozhat a liturgikus tapasztalat megélése, a Szűzanya gyógyítóerejébe vetett hit kifejezése, a búcsús élmény, mint a hazatérés, otthonra lelés érzése, a búcsú tanító, tanulságos jellegének hangsúlyozása, az elvontabb spirituális tapasztalat (például az egység érzése a világgal és az emberekkel) reprezentálása vagy az esemény vallási és nemzeti oldalának meg hasonlítás nélküli, egyként való felfogása.

A magyar nemzeti identitás diskurzusában a búcsúról való beszédmódot a nemzeti jelleg határozza meg. Eszerint az esemény nemzeti vonatkozása a búcsú vallásos jellegével egyenrangúként artikulálódik, vagy azt meghaladva válik elsődlegessé. Ez utóbbi a búcsúnak a magyarság legnagyobb találkozóhelyével való azonosításában mutatkozik meg. A posztok szövegeiben és képi tartalmaiban egyaránt hangsúlyos a tömegélmény megfogalmazása, melyben a búcsús tömeg a magyarság erejének szimbolikus hordozójaként értelmezhető. A mellékelt fényképeket tekintve a kompozíció felépítésében érhető tetten a nemzeti jelleg kiemelése a nemzeti lobogók, népviseletek középpontba helyezésében. A pünkösdi jókívánságok kizárólag magyaroknak címzett szándéka, a különböző romantika korabeli, nemzeti hangvételű versrészletek, idézetek ak-

tualizálása és újrakontextualizálása a búcsú jelenlegi képére vonatkoztatva mind a nemzeti identitás diskurzusába tartoznak.

A személyes identitás kifejezése a búcsúval kapcsolatos diskurzus egyik kulcstémájaként értelmezhető, amely a résztvevők egyéni búcsútapasztalatain és ezek vizuális megjelenítésén alapul. Idesorolható a zárándoklat sikerélménye, illetve annak egyéni fizikai teljesítményként való értelmezése. A résztvevőnek a hozzátartozóihoz, barátaihoz fűződő, a búcsú kontextusában megragadható kapcsolata – például az egymásnak való drukkolás, az egymásért való imádkozás, a gratuláció, az öröm és a hála – kinyilvánítása szintén e diskurzus részét képezi.

10. ÖSSZEGZÉS

A kutatás során végzett tartalomelemzés a csíksomlyói pünkösdi búcsúról készült Facebook-bejegyzésekben három domináns diskurzust tárt fel: a vallási élmény, a nemzeti identitás, valamint a személyes identitás diskurzusait. E három jelentésképző tengely nem elszigetelten, hanem gyakran egymással átfedésben, egymást kiegészítve és erősítve jelenik meg. Ezek együttesen alkotják azt a sajátos kulturális és társadalmi tudásrendszert, amely alapján a búcsú közösségi médiareprezentációi értelmezhetők. A diskurzusok elemzése révén kirajzolódik, hogy a közösségi médiában a búcsú nem csupán vallási eseményként van jelen, hanem komplex identitásformáló és identitáskifejező térként is működik.

A vallási élmény diskurzusa a bejegyzések egyik leggyakoribb és legmarkánsabb tematikus szervezőelveként azonosítható. A posztok szövegei és vizuális tartalmi egyaránt közvetítik a zárándoklat spirituális dimenzióját, melyben a vallásos élmény nem csupán az egyház hivatalos tanításaihoz vagy a liturgikus gyakorlatokhoz való kapcsolódást jelenti, hanem a személyes hit, az érzelmi megérintettség és a belső transzformáció megélését is. A résztvevők gyakran írják le a búcsút úgy, hogy a vallási tapasztalat az otthonosság, biztonság és érzelmi feltöltődés nyelvén artikulálódik. Megfigyelhető továbbá az is, hogy a vallási élmény kifejezése nem mindig a hagyományos szakrális szóképletben történik, hanem egyéni, gyakran hétköznapi nyelvi és képi elemekkel keveredik – ezzel is mutatva a hitélmény személyessé és aktuálissá válását.

A liturgikus tapasztalat, a Mária-kultuszhoz való kötődés, valamint az egység és közösségi jelenlét spirituális megtapasztalása egyaránt jelen van a képek és szövegek szintjén. Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy ezek az élmények nem egyszerűen dokumentálódnak, hanem a közösségi megosztás révén új jelentést nyernek: a posztolás gesztusa maga is spirituális cselekedetként értelmezhető, amely során az egyén saját hitélményeit mások számára is láthatóvá és értelmezhetővé teszi. A vallási diskurzus tehát nemcsak tartalmában, hanem funkciójában is új jelentést kap a digitális térben.

A nemzeti identitás diskurzusa szorosan összefonódik a vallásos élmények megjelenítésével, de különálló jelentéstartománnyal is bír. A vizsgált Facebook-bejegyzésekben a búcsú mint nemzeti esemény jelenik meg: a magyar identitás reprezentációja nemcsak kiegészíti a vallásos tartalmakat, hanem sok esetben azokkal egyenrangúként vagy akár elsődlegesként kerül előtérbe. A nemzeti jelképek – mint a magyar zászló, a népviselet vagy a történelmi idézetek – nemcsak a képeken dominálnak, hanem a szöveges tartalmakban is hangsúlyosan jelen vannak.

Ezáltal a búcsú nemcsak egyházi ünnepként, hanem nemzeti közösségi eseményként is artikulálódik.

A nemzeti diskurzus különösen azokban a bejegyzésekben erőteljes, amelyekben a búcsút a „magyarság legnagyobb találkozóhelyeként” írják le. Ezekben a szövegekben és képekben a zárándoklatot nemcsak vallásos kötelességként, hanem nemzeti identitás megerősítésére szolgáló eseményként értelmezik. A tömegábrázolások – a sokaságban vonuló zárándokok, a zászlókat magasba emelő résztvevők – nem csupán az esemény monumentalitását, hanem a közös hovatartozás élményét is megjelenítik. A magyar nemzeti színek, a történelmi emlékezet idézetei, a romantika korának stilisztikai jegyeit viselő szövegek mind a nemzetként való gondolkodás szimbolikus rendszerét erősítik. Ezekben a posztokban a nemzeti identitás performatív módon épül fel: a részvétel, a közösségi megosztás és az ünnepi retorika együttesen járul hozzá egy kollektív „magyarságélmény” kialakításához.

A személyes identitás diskurzusa a búcsú közösségimédia-reprezentációinak harmadik jelentéssíkja, amely az egyéni tapasztalatok és önábrázolások szintjén válik hangsúlyossá. Míg a korábbi, hagyományos kutatások gyakran a zárándokokat mint közösségi egységet szemlélték, addig a közösségi médiás reprezentációk világában az egyéni jelenlét és annak sajátos megmutatása kerül előtérbe. A résztvevők önmagukat mutatják meg: sikeres zárándoklatuk fizikai teljesítményként való értelmezése, barátokkal és családtagokkal való kapcsolatuk kifejezése (például egymásért való imádkozás, gratuláció, közös fotózkodás), valamint az élmény személyes narratívájának megalkotása mind azt jelzi, hogy a búcsú nemcsak kollektív, hanem mélyen személyes eseményként is jelen van.

A vizuális tartalmak közül kiemelkedik a szelfi mint a digitális önreprezentáció egyik alapvető műfaja. A szelfik megjelenése azt mutatja, hogy a zárándoklaton való részvétel nem pusztán spirituális vagy nemzeti kötelességként értelmeződik, hanem az egyéni identitás megerősítésének és kommunikálásának lehetőségeként is. Az önmagukat szelfiző zárándokok a jelenlét és az élmény személyes átélését hangsúlyozzák, miközben vizuálisan is elhelyezik magukat a közösségi esemény kontextusában. A személyes és közösségi ábrázolásformák egymás mellettisége új egyensúlyt teremt, amely a mai digitális reprezentációs kultúrára jellemző identitás-hibriditást tükrözi.

Összességként megállapítható, hogy a csíksomlyói búcsú Facebookon való megjelenítése nemcsak információközlő vagy élménymegosztó gyakorlatként értelmezhető, hanem egy sajátos társadalmi diskurzusmezőként is, amelyben a vallási, nemzeti és személyes identitás egyszerre épül fel, artikulálódik és performálódik. A közösségi média platformjai lehetőséget kínálnak arra, hogy az egyéni és kollektív tapasztalatok szimbolikus kifejezést nyerjenek, s ezek a kifejezési formák egyben visszahatnak arra is, ahogyan a résztvevők önmagukat, a közösséget és a búcsú jelentését értelmezik. A digitális reprezentációk tehát nemcsak leképezik a valóságot, hanem aktívan formálják is azt: új identitásstruktúrákat, értelmezési kereteket és közösségi tudásformákat hoznak létre. Ennek fényében a csíksomlyói búcsú kortárs vizuális reprezentációi túlmutatnak az esemény puszta dokumentációján – ezek a képek és szövegek a modern vallásosság, nemzettudat és egyéni önkép közös metszéspontjaiban jönnek létre és működnek.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Blaskó, M., & Margitházi, B. (szerk.) (2010). *Vizuális kommunikáció – szöveggyűjtemény*. Typotex.
- Bibó, I. (1991). The Jewish Question in Hungary After 1944 [1948]. In K. Nagy (szerk.), *Democracy, Revolution, Self-Determination. Selected writings* (155–322. o.). Columbia University Press.
- Rose, G. (2010). Tartalomelemzés – megszámoljuk, amit lát(ni vélünk). In M. Blaskó, & B. Margitházi (szerk.), *Vizuális kommunikáció – szöveggyűjtemény* (389–411. o.) Typotex.
- Nead, L. (1988). *Myths of Sexuality: Representations of Women in Victorian Britain*. Basil Blackwell.
- McLuhan, M. (1967). *The Medium is the Massge*. Penguin Group.
- Manovich, L. (2008). Az újmédia nyelve: Mi az újmédia? In P. Gerencsér (szerk.), *Új, média, művészet* (12–45. o.). Universitas Szeged Kiadó.
- Mohay, T. (2023). *A csíksomlyói kegyhely és búcsújárás – Diktatúra, rendszerváltás, modernizáció*. L'Harmattan.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage Publications.
- Pataki, F. (2003) Együttes élmény – kollektív emlékezet. *Magyar Tudomány*, 47(1), 26–35.
- Pusztai, V. (2020). *Vizualitás és média*. Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó.
- Tánczos, V. (2016). *Csíksomlyó a népi vallásosságban*. Nap Kiadó.
- Veszelszki, Á. (2016). A hashtag mint új frazeologizmus. In V. Bárdosi (szerk.), *A nyelvi pragmatika kérdései szinkrón és diakrón megközelítésben* (147–148. o.). Modern Filológiai Társaság – Tinta Könyvkiadó.

AZ INTERNETES FORRÁSANYAG ELÉRHETŐSÉGEI

2021 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

- Lőrincz, E. (2021. május 23). Égi Édesanyánk, Csíksomlyói Szűz Mária, rejtse el védő palástod alá gyermekeidet [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/eniko.lorincz.9/videos/4055256174587343/>
- Csanyi, A. (2021. május 23.). Köszöntünk, Somlyó szép Csillaga: Üdvözlégy áldott Szűz Mária! Áldott Pünkösdi Ünnepet! [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/attila.csanyi.7739/posts/pfbid0rRC58kc8dNCSPx7MqLYNWlceUhsneTL2cVE3F4xyUx5txWwWHiK9WEyEjrSbdXLI>
- Ferenczt, I. (2021. május 23.). Hazajöttünk s Megáldott a Csíksomlyoi Boldogságos Szűz Mária! Csíksomlyoi Búcsú 2021 [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/ianos.ferenczt/posts/pfbid02Qem1NDuyPLcRPnguTPqb9LharTFBRWjCQ9nu15HvdjvQDKdJZt7UA9DDWGWeQr2QI>
- Szász, A. Á. (2021. május 23). Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú !!! Kicsik és nagyok... zárándok... (galamb és csillag ikon) »Tudatosítsuk, hogy az értéskálánk nem lehet más, mint:

a bölcsesség, a megbecsülés. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/arpadatila.szasz/posts/pfbid02X1Zby6w6Aocf6oF9CKbJEi6QBseV6JzpdBBmfhPvjoelLBM5xEBk2WiYtf3Q67FI>

2022 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

Laczkó, E. (2022. június 4.). Az élet ÁLDÁS! Áldott Pünkösdi ünnepet kívánok a Csíksomlyói Búcsú üzenetével [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/edit.laczko.1/posts/pfbid0XTLWLvJxrh1GWWfEirEZnFJDsdmYSEs48GtBe1rtxjo1Nuq4PxohhNHpZPXiXHxFhl>

Both, B. Cs. A. (2022. június 4.). Két kürtös a Csíksomlyói Trianon emlékműnél [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/bela.both.12/posts/pfbid026n8wDjcK98b2gVGszxy13nyzhXh3cw3FsQ7C4hbms1hAXBGR6fc6qhAdKChhQ9eUl>

Bíró, A. (2022. június 5.). Csíksomlyói búcsú 2022 [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/attila.biro.9461/videos/507850554465199/>

2023 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

Lep, A. A. (2023. május 27.). Csíksomlyói búcsú 2023 (hála ikon). [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/anikoandrealep/posts/pfbid02ruax4hDaFZufi3FTyDpaezimoZYxZG4GQEAP3h25xXHEhGgY6puLFLgYFo3whBhCl>

Koplányi, B. (2023. május 27.). Csíksomlyói búcsú 2023! Kálvária megmaszva! [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/bence.koplanyi/posts/pfbid02NvwcMTNAXwJa8h2LpaHqqAV2ZPwD3nWdbecXD8QGJn2J5aVCr7xJfyjJRNnCmd2gl>

2023 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

Lőrincz, E. (2024. május 18). A 2024 Csíksomlyói Búcsú mottója »Újulatok meg!« (mosoly emotikon, szív ikon) Hálát. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/eniko.lorincz.9/posts/pfbid02aXtzNUEvM7N5C1rVNDLvoNBUC8afx8YWS72E94Pp1VppGtzhZo9tBhETzRZWd99wI>

Sándor Heim, B. (2024. május 18). Reggeli szép! (glóriás emotikon) Megérkeztem! (három szívecskés emotikon) Hála. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/sandorheim.brigitta/posts/pfbid0LcBQcm7wZLYniiFAv6TQ3gE5o9ETH2SRytCayx4sbh9yHzHvJ4KXi6wZEaHi2QVpl>

Seminarium Incarnatæ Sapientiae. (2024. május 19.). Gyulafehérvári kispapok 2024-es csíksomlyói pünkösdszombati zárandoklata. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/SemInSap/posts/pfbid0xnDLW38oGP5azjupupRw9H2NAAXLMNb4aujdbtGARbKj6Bu6tJDjWcqy1biVjklI>

Farkas, A. (2024. május 18.). Egy csodálatos nap emlékére 2024. 05. 18. Csíksomlyói búcsú (szív ikon). [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/andreia.anton.71/posts/pfbid02Aq3pW9KjAz4YhvUEbXMzmSZHfKWYo58j6o3wp8SQy6sySqiDHEA9BWak1wPaoSTI>

Árva-Tasi, G. (2023. május 27.). Megcsináltuk !! Csíksomlyói búcsú 2023. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/gabriella.nemethnetasi/posts/pfbid02jtfmjZ5K9NUDDt2MmUnh5mkkCn3yutvp2NNabKm7dw6mj1Rn15exVamtLAUNLsGQI>

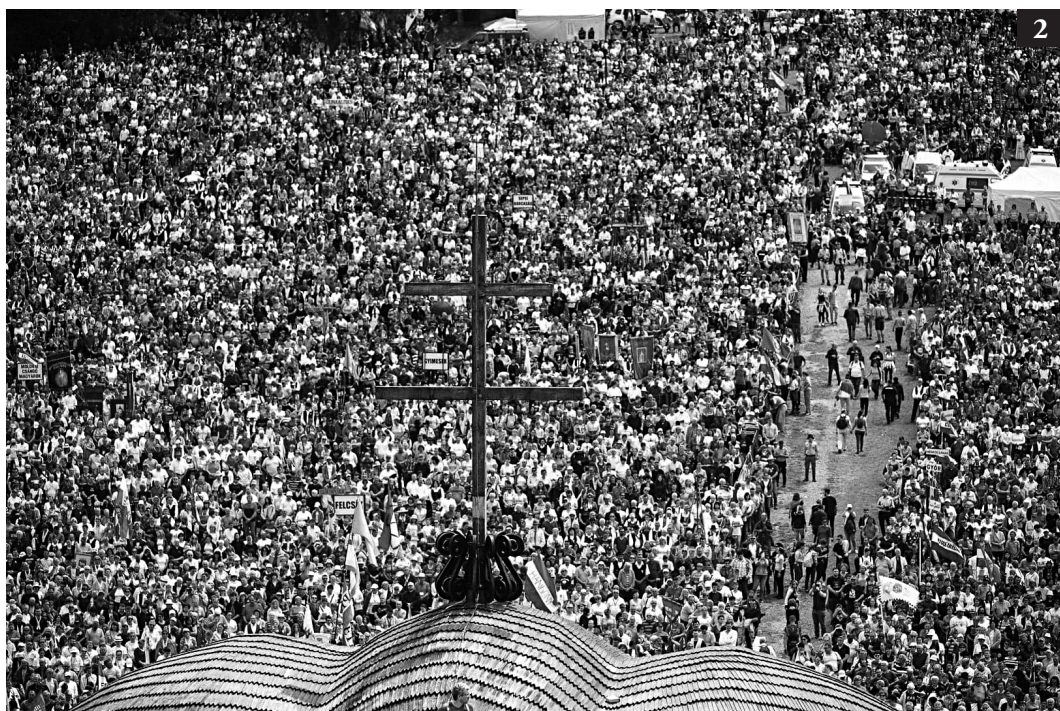
Nemzetpolitikai Államtitkárság. (2024. május 18.). „Újuljatok meg!” Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024. Áldott pünkösdtöt kívánunk minden magyarnak! Potápi Árpád János [Status update]. Facebook. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0PktXV4RzZMKHk8RgMdLa9HFsqTwsxjtusrg3HoTHQy41nZCCGpTQAbTXysfxaGyml&id=100069403050814

Csöbör, K. (2024. május 18.). A magyarság legnagyobb találkozója: Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024 [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/CsoborKatalin/posts/pfbid02yk8XdzVrCUqxQPwAwFrBH8W5qnjze4Qw2zpNfk27CK14Gu5QJzLrbXkEM8Nyp6AlI>

Imre, T. (2024. május 18.). „Újuljatok meg!” mottóval zajlott az idei csíksomlyói pünkösdi búcsú, amelynek ünnepi szónoka Felföldi László pécsi megyéspüspök volt [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/imre.tekla/posts/pfbid022eeEmvxG777GGiySn67M6cVqFU8hYyYXesWRRUPhCnJSGCtEm2GrLdv64jbTnYgQl>

MELLÉKLET











11



12





Rajki Zoltán,¹ Radetzky András,²
Andok Mónika,³ Szilczl Dóra⁴

A mesterséges intelligencia használata vallásitartalom-előállítók körében. Egy magyarországi empirikus vizsgálat eredményei

Kivonat

A tanulmány azt mutatja be, hogy az elmúlt években miként változott meg a médiatartalmak professzionális előállítása, a vallási tartalmakhoz kapcsolódó újságírás területe a mesterséges intelligencia megjelenésének hatására. Szakirodalmi áttekintőjében a szöveg rávilágít azokra a meghatározó trendekre, ahol az új technológia átalakítja az eddigi munkafolyamatokat, szerkesztőségi gyakorlatokat, etikai irányelveket az újságírás területén. Kitér a tanulmány az újságírók átalakulóban lévő munkafeladataira, szerkesztőségi gyakorlatokra, valamint a mesterséges intelligenciához fűződő attitűdjeire. Az írás második felében egy empirikus kutatás eredményeit mutatjuk be. 2024 február-márciusában kérdőíves vizsgálatot végeztünk magyar újságírók körében. Ennek adatai alapján vizsgáljuk meg a vallási és nem vallási újságírók attitűdjeit a mesterséges intelligencia használatának vonatkozásában. A tanulmány a kérdőíves kutatás eredményeit mutatja be.

Kulcsszavak: etika, mediatizált vallás, mesterséges intelligencia, újságírói szerepfelfogás, vallási újságírás

Abstract. The Use of Artificial Intelligence among Religious Content Producers. Results of an Empirical Study in Hungary

The study presents how the professional production of media content and the field of journalism related to religious content have changed in recent years due to the emergence of artificial intelligence. In its literature review, the text highlights the defining trends where new technology is transforming existing work processes, editorial practices, and ethical guidelines in the field of journalism. The study addresses the changing work tasks of journalists, editorial practices, and their attitudes towards artificial intelligence. In the second half of the paper, we present the results of an empirical study. In

- 1 Egyetemi docens, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Szociológia Intézet. E-mail: rajki.zoltan@btk.ppke.hu. ORCID: 0009-0001-5530-3274
- 2 Egyetemi adjunktus, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Kommunikáció és Médiatudományi Intézet, Médiatudományi Tanszék. E-mail: radetzky.andras@btk.ppke.hu. ORCID 0000-0002-9187-6600
- 3 Habilitált egyetemi docens, tanszékvezető, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Kommunikáció és Médiatudományi Intézet, Kommunikációtudományi Tanszék. E-mail: andok.monika@btk.ppke.hu. ORCID 0000-0002-3137-1205
- 4 Egyetemi adjunktus, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Kommunikáció és Médiatudományi Intézet, Kommunikációtudományi Tanszék. E-mail: szilczl.dora@btk.ppke.hu. ORCID: 0000-0001-9829-7129

February–March 2024, we conducted a questionnaire survey among Hungarian journalists. Based on this data, we examine the attitudes of religious and non-religious journalists regarding the use of artificial intelligence. The study presents the results of the survey research.

Keywords: ethics, mediatized religion, artificial intelligence, journalistic role perception, religious journalism

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Rajki, Z., Radetzky, A., Andok, M., & Szilczl, D. (2025). A mesterséges intelligencia használata vallásitartalom-előállítók körében: Egy magyarországi empirikus vizsgálat eredményei. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 67–91. <https://doi.org/10.17177/77171.310>

I. BEVEZETÉS

A mesterséges intelligencia megjelenése az újságírásban egyre fontosabbá és megkerülhetetlenebbé válik. Jelen van a médiaiparág különböző szektoraiban, a tartalomgyártástól kezdve a közönségméréseken át a marketing területéig. A kommunikációs technológiák alkalmazása a médiaiparban nem új keletű jelenség, gondoljunk csak a 19. században a távíróra, vagy az automatizált nyomdagépekre. A digitális technológia, a számítástechnika pedig az 1970-es évektől segíti az újságírók munkáját. Az MI alkalmazásának kezdetei a 2010-es évekre tehetők, ekkoriban jelent meg a robotújságírás kifejezés, de mára az automatizált újságírás kifejezés vált elterjedtté (Moravec et al., 2024). Az információs és kommunikációs technológia gyors elterjedése, valamint a társadalom egyre növekvő adatvezéreltsége a újságírást mint hivatást is érintette (De-Lima-Santos & Ceron, 2021).

2. AZ ÚJSÁGÍRÁS ÉS A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA KAPCSOLATA

A mesterséges intelligencia definíciója és szerepe vitás kérdés. Egyes kutatók szerint az MI nem az emberi intelligencia újratereztetésére törekszik, hanem a kommunikáció információs tartalmát reprodukálja. A mesterséges intelligencia legismertebb formái „szűk” vagy „gyenge” MI-nek nevezhetők. Ezek különböző szintű komplexitással, autonómiával és absztrakcióval rendelkező alkalmazásokat és technikákat foglalnak magukban, amelyek szűk körű feladatok és problémák megoldására szolgálnak. A generatív MI fejlődése új kihívásokat és lehetőségeket teremt, mivel egyre inkább képes olyan tartalmak létrehozására, amelyeket korábban csak emberi alkotásnak tekintettek. Az olyan generatív mesterségesintelligencia-eszköz, mint a ChatGPT, eszközként használható egy újságíró vagy médiaszakember támogatására, és ezáltal rendkívül fontos lehet az újságírói és a médiamunka minőségének és hatékonyságának javítása szempontjából, különösen akkor, ha az időkorlátok és az erőforrások egyéb korlátjai egyre inkább érvényesülnek (Pavlik, 2023).

A híriparban az MI-t általában ernyőfogalomként használják a kollégákkal, partnerekkel vagy a nyilvánossággal folytatott kommunikációban egy adott technológiai eszközkészletre utalva. Technológiai szempontból a definíció főként a fent említett technikákra összpontosít.

E jelentés céljából az MI meghatározása a következő: Az emberi tevékenységek és képességek számítógépes szimulációja szűken meghatározott területeken, amely jellemzően gépi tanulási megközelítéseket alkalmaz, lehetővé téve, hogy a gépek adatokból és/vagy saját teljesítményükből tanuljanak (Simon, 2024).

2.1. Mesterséges intelligencia a hírszolgáltatásban

Az algoritmusok által generált hírek alapvetően átalakítják a médiaipart, befolyásolva a hírek előállítását és fogyasztását. A kutatások egy része arra a kérdésre fókuszál, hogy az MI által generált hírek minősége hogyan viszonyul az emberi újságírók által írt tartalmakhoz (Broussard et al., 2019). Néhány vizsgálat szerint az automatizált hírek objektivitása és pontossága elérheti az emberi újságírás szintjét, de továbbra is vannak kihívások, például a kreativitás és az összetett elemzés hiánya (Wolker & Powell, 2021). Zengh és munkatársai négy dimenzió alkalmazását javasolják a befogadói elfogadási különbségek vizsgálatához, ezek az (1) észlelt minőség, az (2) elégedettség, a (3) pozitív diszkonfirmáció (amikor az elvárásokhoz képest jobb élmény születik), valamint (4) a bizonytalanság elkerülése (Zheng et al., 2018).

A hírfogyasztók elvárásai és a digitális írástudás szintje is meghatározza az MI által generált hírek elfogadását. A közösségimédia-platformokon keresztül terjedő félrevezető információk jelentős problémát jelentenek, de a dezinformáció elleni küzdelemben kulcsszerepet játszanak az MI-technológiák, de ezek hatékonysága még mindig kérdéses (Marsden et al., 2020). A hírszervezetek az MI bevezetését főként a technológiai fejlődés, a költséghatékonyság és a versenyképesség növelése miatt kezdték el (Cardaş-Răduța, 2024).

Az MI lehetőséget biztosít a hatékonyság növelésére, például automatizált adatfeldolgozással és dinamikus fizetőfalakkal. Ugyanakkor az MI pontatlanságai és az automatizálhatatlan feladatok korlátozzák annak teljes körű alkalmazhatóságát (Cordero et al., 2025). A hatékonyságnövelés kiemelt tényező az MI alkalmazásában. Számos példa bizonyítja, hogy valóban lehetőség van hatékonyságjavulásra, például dinamikus fizetőfalak, automatizált leiratkészítés és adatfeldolgozó eszközök révén. Azonban ezek a nyereségek feladattól és kontextustól függenek. Az MI pontatlansága, az ebből eredő reputációs kockázatok, illetve az automatizálhatatlan feladatok miatt az elérhető hatékonyságnövekedés korlátozott lehet.

A mesterséges intelligencia hírszektorra és információs környezetünkre – vagyis a nyilvános térre – gyakorolt hatásai a növekvő érdeklődés ellenére még mindig nem teljesen érthetők. Az MI hírszektorba való integrálása átalakítja a nyilvános teret, és egyre inkább a technológiai cégek befolyása alá helyezi azt. Eddig kevés figyelem irányult arra is, hogy a hírszektor technológiai vállalatoktól való függése az MI tekintetében milyen következményekkel járhat. A platformizáció jelensége a mesterséges intelligencia alkalmazásánál is megjelenik. A hírszervezetek egyre inkább függenek a nagy technológiai cégektől, például a Google, az Amazon és a Microsoft MI-megoldásaitól (García-Marzá & Calvo, 2024). Ez a függőség a költséghatékonyság és a méretezhetőség miatt alakult ki, de hosszú távon veszélyeztetheti a hírszervezetek autonómiáját. A platformcégek által biztosított MI-megoldások révén nő a félretájékoztatás és az algoritmikus torzítások kockázata, ami befolyásolhatja a hírek hitelességét. A jól finanszírozott hírszervezetek előnyt élveznek az MI fejlesztésében, míg a kisebb kiadók és a globális déli országok lemaradhatnak (Sjøvaag, 2024).

A mesterségesintelligencia-eszközök alkalmazása alapvető kihívásokat jelent az újságírói szerepek és értékek számára is. „Hiszen az újságírói munka hagyományosan azok alapján az emberek alapján határozódik meg, akik végzik, valamint a képességek alapján, amelyeket birtokolnak. Az a gondolat, hogy az újságírói feladatok teljesen automatizálhatók, szembe megy a szakmáról alkotott általános felfogásunkkal.” (Moran & Shaikh, 2022: 1758) Az MI egyre több területen kap szerepet a hírek előállításában és terjesztésében. Bár sokan azt remélték, hogy forradalmi változásokat hoz, sok esetben az MI inkább rutinfeladatokat végez, és nem jelent egyértelmű megoldást az iparág problémáira. Jelenleg az MI inkább segíti a hírmunkásokat, mintsem helyettesíti őket, de ez a jövőben változhat (Cools & Diakopoulos, 2024). Az MI már most is képes bizonyos újságírói feladatokat kiváltani, akár közvetlenül, akár azáltal, hogy kevesebb emberi munkaerő szükséges.

A médiatechnológiák, különösen a mesterséges intelligencia eszközeinek elterjedése a médiával összefüggő szakmákban nem kizárólag az újságírás normatív szabályrendszerének függvénye, hanem jelentős szerepet játszik a technológia használhatósága is. A technológiaelfogadási modell (Technology Acceptance Model, TAM) azt vizsgálja, milyen tényezők határozzák meg a felhasználók technológia iránti elfogadását és alkalmazását. A modell szerint a technológia tényleges használatát a felhasználói viselkedési szándék motiválja, amelyet az adott technológiával kapcsolatos attitűd alakít. Új technológia bevezetésekor a felhasználók döntését arról, hogy mikor és milyen módon alkalmazzák azt, elsősorban két tényező határozza meg: az észlelt hasznosság (perceived usefulness) és az észlelt könnyű kezelhetőség (perceived ease of use) (Davis, 1989). Ezt az elméleti keretet a mesterséges intelligencia újságírásban való alkalmazásának vizsgálatába is beemelték (Kim & Kim, 2021).

Összességében az MI hírszektorban való alkalmazása jelentős lehetőségeket és kihívásokat rejt magában. Bár a technológia hatékonyabbá teheti a hírszerkesztést, annak etikai és társadalmi következményeit alaposan mérlegelni kell (Ouchchy et al., 2020). Az MI nem fogja automatikusan javítani az újságírás minőségét, ezért a hírszervezeteknek és szabályozóknak tudatos döntéseket kell hozniuk az MI alkalmazásának irányairól (Heim & Chan-Olmsted, 2023).

2.2. A mesterséges intelligencia és az újságírók szerepfelfogása, vélekedése az MI-ről

Az újságírók reflexiói betekintést nyújtanak abba, hogyan érzékelik maguk az újságírók a szakmájuk határainak változását az olyan külső technológiák, mint a mesterséges intelligencia hatására. Például, hogy az MI miként kérdőjelezi meg az újságírás alapvető fogalmait, mit jelent maga az újságírás mint tevékenységek összessége, mi tesz valakit újságíróvá (Oh & Jung, 2024). Empirikus kutatásukban erre kerestük a választ magyarországi újságírók körében. Jelen írásunkban a vallási, egyháziújság-írók tekintetében mutatjuk be adatainkat. Kutatásunk szorosan kapcsolódik a 2019-től indult vizsgálatsorozatunkba, melyben újságírók, vallásiújság-írók szerepfelfogását és mesterségesintelligencia-használatát vizsgáltuk (Andok et al., 2023; Andok et al., 2024a; Andok et al., 2024b). Fontos megemlíteni, hogy amikor magyar vallásiújság-írókról beszélünk, akkor ez létszám tekintetében mit jelent. A keresztény lelkületű újságírók szakmai szervezetének, a Magyar Katolikus Újságírók Szövetségének megalakulása óta hozzávetőleg ezer tagja van, ebből 5-600 aktív a szervezet elnöke szerint (Andok, 2024a: 85).

3. KUTATÁS

3.1. A kutatás hipotézisei, módszertana

A kérdőíves kutatás célja a magyar vallásitartalom-előállítók MI-használatával kapcsolatos attitűdjeinek, valamint az MI magán- és munkakörnyezetben való alkalmazásának felmérése, továbbá annak vizsgálata, hogy milyen mértékben és mely területeken várják az újságírás átalakulását.

Öt hipotézist fogalmaztunk meg:

H(1): A magyar vallásitartalom-előállítók több területen várnak változást, mint a nem vallásiak.

H(2): A magyar vallásiújság-írók kevésbé tartják hasznosnak és etikailag problematikusnak az MI használatát, mint a nem vallásiak.

H(3): A vallásiújság-írók a szövegalkotáshoz képest inkább a képgenerálásban számítanak nagyobb MI okozta hatásra.

H(4): A vallásitartalom-gyártók a tematikus mezők szerinti felosztásban kevésbé tartják alkalmazhatónak az MI-eszközöket a közéleti, mint a szórakoztató tartalmak létrehozásában.

H(5): A vallásiújság-írók médiaipari vonatkozásban kisebb mértékű MI okozta változásra számítanak a nem egyházi médiumoknál dolgozó társaikhoz képest.

2023 októberében 40 mélyinterjút készítettünk magyar újságírókkal, hogy feltárjuk az MI-vel kapcsolatos attitűdjeiket. Ezek eredményeire építve 2024. február 22. és április 8. között egy 28 kérdésből álló kérdőívet (4 nyílt, 24 zárt kérdés) tettünk közzé a Survio.com platformon, amelyet 83 újságíró töltött ki, közülük 30 főt (36,1%) tett ki a vallásiújság-írók száma. A kényelmi mintavételi eljárást e-mail-es megkereséssel végeztük, országos és regionális, közszolgálati és kereskedelmi médiumok munkatársait bevonva, önkéntes részvétel alapján. A minta kiválasztásánál a médiatípusok és a szakmai tapasztalat diverzitására törekedtünk, de a mintánk nem reprezentálja a magyar újságíró-társadalom demográfiai összetételét. Jelen tanulmány a kérdőíves adatok elemzését mutatja be.

A hipotézisek tesztelésére nem paraméteres statisztikai módszereket alkalmaztunk, mivel az adatok eloszlása nem normális. Mann–Whitney-U-tesztet a két független csoport összevetésére, míg a khi-négyzet-próbát a kategorikus változók közötti összefüggések vizsgálatára használtuk. A szignifikanciaszintet $p < 0,05$ -ben határoztuk meg. A kutatás eredményeinek értelmezése előtt fontos megjegyezni, hogy a mintavétel miatt a minta nem reprezentatív, és a 83 fős elemszám korlátozza a statisztikai elemzések pontosságát. Emiatt az eredmények nem általánosíthatók a magyar újságírók teljes csoportjára. Ugyanakkor a vallásiújság-írók mintegy 14-15 százalékát elértük a kutatásunk során.

3.2. Demográfiai adatok

A kérdőívet kitöltők mindegyike újságíró volt. A 30 vallásiújság-író 66,7 százaléka férfi, 33,3 százaléka nő volt. Kormegoszlásukat tekintve leginkább az 56 év és annál idősebb (46,7%), valamint a 46–55 év közöttiek (30%) töltötték ki. A 36–45 évesek aránya 20%-ot tett ki, míg a 35 év alattiak aránya mindössze 3,3 százalék volt. Munkahelyüket illetően a vallásiújság-írók közül a legtöbben a rádiózás (63,3%), az online sajtó (33,3%), valamint a nyomtatott sajtó (23,3%) területéről érkeztek. A televíziózás (10%), a hírgyűnökség (6,7%), egyéb online tartal-

lomgyártás területéről érkezettek aránya pedig 3,3 százalék volt. Több mint 50 százalékuk (60%) országos, negyedük (30%) regionális hatókörű médiavállalatnál dolgozott. A helyi (6,7%) és a nemzetközi hatókörű (7,2%) médiumnál dolgozók aránya nem volt jelentős. Megvizsgáltuk a médiamunkási pályán töltött időszakot is. Az életkori adatok alapján nem meglepő, hogy a kitöltőink 66,7%-a már több mint két évtizede dolgozott a pályán, és a tíz évnél kevesebb ideje pályán lévők aránya mindössze 16,7 százalék volt.

Ezzel szemben a nem vallásiújság-írók 50,9 százaléka férfi, 49,1 százaléka nő volt. Kormegoszlásukat illetően az 56 év felettiek 37,7 százalékot, a 46–55 év közöttiek 28,3 százalékot, a 36–45 évesek 15,1 százalékot, a 35 év alattiak 18,9 százalékot tettek ki. A nem egyházi médiumnál dolgozók 47,2 százaléka az online sajtóban, 18,2 százaléka televíziónál, 30,2 százaléka nyomtatott sajtóban, 39,6 százaléka a rádiózás, 7,5 százaléka hírügynökségnél, és 15,1 százaléka egyéb online tartalomgyártóként dolgozott. Hatókört illetően 15,1 százalékuk helyi, 9,4 százalékuk nemzetközi, 52,8 százalékuk országos, és 22,6 százalékuk regionális hatókörű médiavállalatnál dolgozott. A nem vallásiújság-írók 56,5 százaléka volt több mint 20 éve a pályán, 17 százaléka 10 és 20 év között, és 26,4 százalékuk 10 évnél kevesebb ideje dolgozott újságíróként. A demográfiai adatokat illetően a Pearson khi-négyzet-próba ($\chi^2 = 4,314$, $df = 1$, $p = 0,038$) egyedül a rádiózás területén jelzett szignifikáns különbséget az egyházi és az egyéb médiumoknál dolgozók között.

4. EREDMÉNYEK

4.1. A mesterséges intelligencia magánemberként és munkaeszközként történő alkalmazása a vallásitartalom-gyártók körében

4.1.1. A mesterséges intelligencia magánemberként történő alkalmazása a vallásitartalom-gyártók körében

Ebben az alfejezetben azt vizsgáltuk, hogy a vallásiújság-írók milyen mértékben használnak mesterséges intelligencián alapuló eszközöket magánemberként öt területen: chatrobotok, képszerkesztő és -generáló alkalmazások, videószerkesztő és -generáló alkalmazások, fordítóalkalmazások, valamint transcript (beszédátíró és -generáló) alkalmazások. Az eredményeket az 1. táblázat foglalja össze.

1. táblázat. *Milyen gyakran használják a vallási és nem vallásiújság-írók magánemberként a következő MI-alkalmazástípusokat? (Adatok százalékban)*

Table 1. *How often do religious and non-religious journalists use the following types of AI applications as individuals? (Data in percentages)*

Alkalmazástípus	Nem használják		Alkalomszerűen		Legalább hetente	
	Vallási	Nem vallási	Vallási	Nem vallási	Vallási	Nem vallási
Chatrobotok	70	62,3	23,3	24,5	6,6	13,2
Képszerkesztő, képgeneráló alkalmazások	66,7	60,4	26,7	26,4	6,7	13,2

Videószerkesztő, videógeneráló alkalmazások	60	69,8	36,7	18,9	3,3	11,4
Fordítóalkalmazások	23,3	35,8	36,7	28,3	40	35,9
Transcriptalkalmazások, beszédgenerátorok	73,3	77,4	26,7	18,9	0	3,8

A vallásiújság-írók 60–73,3 százaléka nem használ MI-eszközöket a felsorolt területek többségében (chatrobotok, képszerkesztő, videószerkesztő és transcriptalkalmazások), és kevesebb mint 10 százalékuk alkalmazza azokat legalább hetente. A fordítóalkalmazások kivételt képeznek: a vallásiújság-írók 40,0 százaléka hetente, 36,7 százalék pedig alkalmoszerűen használja őket, míg csupán 23,3 százalékuk nem él velük. A nem vallásiújság-írókhoz képest a vallásiak körében magasabb a videószerkesztő alkalmazások alkalmoszerű használata (36,7% vs. 18,9%), de alacsonyabb a rendszeres használat aránya (3,3% vs. 11,4%). A két csoport közötti különbségek statisztikai elemzésére a khi-négyzet-próbát alkalmaztuk, amely kategorikus változók összefüggéseit vizsgálja. Szignifikáns különbséget nem találtunk, de az elvárt gyakoriságok alacsony volta miatt (több cellában < 5) a kategóriákat összevontuk („használja” vs. „nem használja”). Ezután sem mutatkozott jelentős eltérés.

Ezután azt vizsgáltuk, hogy az öt területből hányon használnak legalább alkalmanként MI-eszközöket. Az eredményeket a 2. táblázat mutatja.

2. táblázat. *Hány területen használnak a vallási és nem vallásiújság-írók magánemberként legalább alkalmanként mesterséges intelligencián alapuló alkalmazásokat? (Adatok százalékban)*

Table 2. *In how many areas do religious and non-religious journalists use artificial intelligence-based applications at least occasionally as private individuals (Data in percentages)*

	0 terület	1 terület	2 terület	3 terület	4 terület	5 terület
Vallási	10	23,3	43,3	6,7	6,7	10
Nem vallási	20,8	22,6	22,6	17	9,4	7,5

A vallásiújság-írók átlagosan 2,07, a nem vallásiak 1,94 területen használnak MI-eszközöket. A Mann–Whitney-U-tesztet alkalmaztuk, amely nem normális eloszlású adatok esetén vizsgálja a csoportok közötti különbségeket, de szignifikáns eltérést nem mutatott. A nem vallásiújság-írók körében magasabb azok aránya, akik egyáltalán nem használnak MI-eszközöket (20,8% vs. 10,0%), míg a vallásiak gyakrabban alkalmaznak két eszközt (43,3% vs. 22,6%). A khi-négyzet-próba itt sem jelzett szignifikáns különbséget, még a kategóriák összevonása (1. Egy területen sem használ, 2. Használ MI-eszközt) után se.

4.1.2. A mesterséges intelligencia munkaeszközként történő alkalmazása a vallásitartalomgyártók körében

Ebben az alfejezetben azt vizsgáltuk, hogy a vallásiújság-írók milyen mértékben használnak mesterségesintelligencia-alapú eszközöket hivatásos tartalom-előállítóként az öt vizsgált terüle-

ten: chatrobotok, képszerkesztő és -generáló, videószerkesztő és -generáló, fordító-, valamint transcript alkalmazások. Az eredményeket a 3. táblázat foglalja össze.

3. táblázat. *Milyen gyakran használják a vallási és nem vallásiújság-írók hivatásos tartalom-előállítóként a következő MI-alkalmazástípusokat? (Adatok százalékban)*

Table 3. *How often do religious and non-religious journalists use the following types of AI applications as professional content producers? (Data in percentages)*

Alkalmazástípus	Nem használják		Alkalomszerűen		Legalább hetente	
	Vallási	Nem vallási	Vallási	Nem vallási	Vallási	Nem vallási
Chatrobotok	73,3	69,8	16,7	18,9	10	11,3
Képszerkesztő, képgeneráló alkalmazások	63,3	62,3	36,7	17	0	20,7
Videószerkesztő, videógeneráló alkalmazások	76,7	73,6	23,3	15,1	0	11,3
Fordítóalkalmazások	30	41,5	30	24,5	40	34
Transcriptalkalmazások, beszédgenerátorok	76,7	75,5	16,7	17	6,7	7,6

A 3. táblázat adatai alapján a vallásiújság-írók többsége (63,3–76,7%) nem alkalmaz MI-eszközöket a vizsgált területek többségében, hasonlóan a nem vallásiújság-írókhoz. A rendszeres használat (legalább hetente) aránya mindkét csoportban alacsony, egyik területen sem haladja meg a 10%-ot, kivéve a fordítóalkalmazásokat. Utóbbit a vallásiújság-írók 70 százaléka használja, ebből 40 százaléuk rendszeresen. A Pearson-féle khi-négyzet-próba csak a képszerkesztő alkalmazások esetében jelzett szignifikáns különbséget ($\chi^2 = 9,311$, $df = 3$, $p = 0,025$), de az alacsony elvárt gyakoriságok miatt ez az eredmény óvatosan értelmezendő. A kategóriák összevonása („használja” vs. „nem használja”) után a khi-négyzet-próba egyetlen területen sem mutatott szignifikáns eltérést.

Ezután azt vizsgáltuk, hogy az öt területből hányon alkalmaznak legalább alkalmanként MI-eszközöket. Az eredményeket a 4. táblázat mutatja.

4. táblázat. *Hány területen használnak a vallási és nem vallásiújság-írók hivatásos tartalom előállítóként legalább alkalmanként mesterséges intelligencián alapuló alkalmazásokat? (Adatok százalékban)*

Table 4. *In how many areas do religious and non-religious journalists use artificial intelligence-based applications at least occasionally as professional content producers. (Data in percentages)*

	0 terület	1 terület	2 terület	3 terület	4 terület	5 terület
Vallási	13,3	36,7	23,3	16,7	3,3	6,7
Nem vallási	22,6	26,4	20,8	15,1	11,3	3,8

A vallásiújság-írók átlagosan 1,8, a nem vallásiak 1,77 területen használnak MI-eszközöket. A Mann–Whitney-U-teszt nem mutatott szignifikáns különbséget a két csoport között. A nem vallásiújság-írók körében magasabb azok aránya, akik egyáltalán nem használnak MI-eszközöket (22,6% vs. 13,3%), míg a vallásiújság-írók gyakrabban alkalmaznak egyetlen eszközt (36,7% vs. 26,4%). A khi-négyzet-próba – még a kategóriák összevonása után sem (1. Egy területen sem használ, 2. Használ MI-eszköz) – jelzett szignifikáns eltérést.

A vallásiújság-írók mind magánemberként, mind hivatásukban korlátozottan használnak MI-eszközöket, kivéve a fordítóalkalmazásokat, amelyek mindkét kontextusban népszerűek. A vallási és nem vallásiújság-írók között statisztikailag szignifikáns különbség egyedül a képszerkesztő alkalmazások használatában mutatkozott, de a kis mintaméret miatt ez az eltérés óvatosan értelmezendő.

4.2. Vallási újságírók és az MI okozta kihívások

Ebben az alfejezetben azt vizsgáltuk, hogy eltér-e a vallási és nem vallásiújság-írók percepciója az MI által az újságírásra gyakorolt kihívásokról hét vizsgált területen. Hipotézisünk (H1) szerint a vallásiújság-írók több területen várnak jelentős kihívást az MI-től, mint a nem vallásiak.

Az adatok szerint a vallásiújság-írók a dezinformáció növekedését tartják a legnagyobb kihívásnak (83,3% jelentősnek ítéli), míg a nem vallásiak körében ez az arány 75,5 százalék. Mindkét csoport jelentős problémaként látja a valós és generált valóság összemosódását (vallási: 63,3%, nem vallási: 77,4%) és az algoritmusok szövegalkotásban betöltött szerepét (mindkettő 60%). Az MI semleges hangneme mögött elvesző emberi sokféleség a vallásiak számára kevésbé aggasztó (30%), mint a nem vallásiaknak (64,2%). Az újságírás minőségének romlása a vallásiaknál 46,7 százalék, a nem vallásiaknál 58,7 százalék szerint jelentős, míg az etikai kérdések (pl. felelősség tisztázatlansága) a vallásiak 60 százaléka és a nem vallásiak 69,8 százaléka szerint kiemelt kihívás.

Két területen figyelhető meg markáns eltérés:

- MI semleges hangneme: A nem vallásiújság-írók 64,2 százaléka jelentősnek tartja, szemben a vallásiak 30 százalékával.
- Befogadói kompetenciák hiánya: A nem vallásiak 69,8 százaléka aggódik emiatt, míg a vallásiaknál ez 46,7 százalék.

A részletes adatokat az 5. táblázat mutatja be.

5. táblázat. *Mennyire tekintik kihívásnak az MI tükrében a következő területeket az egyházi és a nem egyházi médiumoknál dolgozók? (Adatok százalékban)*

Table 5. *To what extent do those working in church and non-church media consider the following areas to be a challenge in the light of AI? (Data in percentages)*

Terület	Jelentős kihívást okoz		Mérsékelt kihívást okoz		Csekély, vagy egyáltalán nem okoz kihívást	
	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi
Az újságírás minőségének romlása	46,7	58,7	43,3	28,3	10	13,2
Dezinformáció (fake news) növekedése	83,3	75,5	13,3	20,8	3,3	3,8
Az MI semleges hangneme mögött elveszik az emberi sokféleség	30	64,2	53,3	20,8	16,7	15,1
A kié a felelősség típusú etikai kérdések tisztázatlansága	60	69,8	33,3	18,9	6,6	11,3
Az algoritmus és kattintásszám lesz a meghatározó a szövegalkotás területén	60	60,4	30	20,8	10	18,9
A valós és a generált valóság összemosódása	63,3	77,4	30	15,1	6,7	7,6
A befogadói kompetenciák és kritikai érzék hiánya	46,7	69,8	50	24,5	3,3	5,7

A Pearson-féle khi-négyzet-próba az MI semleges hangneme kapcsán szignifikáns különbséget mutatott ($\chi^2 = 13,093$, $df = 3$, $p = 0,004$). Az alacsony elvárt gyakoriságok miatt a kategóriákat összevontuk („jelentős” vs. „alig jelentős”), és a teszt továbbra is szignifikáns eltérést jelzett ($\chi^2 = 8,949$, $df = 1$, $p = 0,003$), amit a Fisher-féle egzakt teszt is megerősített ($p = 0,003$). A nem vallásiújság-írók nagyobb aggodalma az MI semleges hangneme miatt (64,2% vs. 30%) arra utalhat, hogy ők érzékenyebbek az újságírás emberi dimenzióinak háttérbe szorulására. A befogadói kompetenciák terén mutatkozó eltérés (69,8% vs. 46,7%) pedig a nem vallásiak erősebb félelmét tükrözheti a közönség kritikai érzékének gyengülésével kapcsolatban.

Az 5. táblázat adatai alapján a hipotézist elvetjük, mert a nem vallásiújság-írók öt területen is nagyobb kihívást látnak az MI-ben. Ezt a Mann–Whitney-U-teszt is alátámasztja ($U = 590,000$, $Z = -1,969$, $p = 0,049$), miszerint a nem vallásiak szignifikánsan több területen (átlagosan 4,7 vs. 3,96) várnak jelentős hatást. A 6. táblázat szerint a nem vallásiak 58,5 százaléka öt vagy több területen lát problémát, szemben a vallásiak 37,9 százalékával, amit a khi-négyzet-próba is megerősít ($\chi^2 = 3,897$, $df = 1$, $p = 0,048$). A részletek a 6. táblázatban találhatók.

6. táblázat. *Hány területen érzik az egyházi, illetve a nem egyházi médiumoknál dolgozó újságírók, hogy jelentős kihívások várhatók? (Adatok százalékban)*

Table 6. *In how many areas do journalists working in church and non-church media feel that significant challenges are expected? (Data in percentages)*

	0 terület	1 terület	2 terület	3 terület	4 terület	5 terület	6 terület	7 terület
Egyházi	3,4	6,9	17,2	13,8	20,7	6,9	20,7	10,3
Nem egyházi	7,5	0	9,4	5,7	18,9	15,1	17	26,4

4.3. Az MI potenciális szerepe és az egyháziújság-írók

A kérdőív ezen részében hat, az MI újságírásban betöltött potenciális szerepével kapcsolatos állítást vizsgáltunk vallási és nem vallásiújság-írók körében. A válaszlehetőségek eredetileg négy kategóriát öleltek fel („egyáltalán nem ért vele egyet”, „inkább nem ért vele egyet”, „inkább egyetért vele”, „teljesen egyetért”), de az alacsony elemszám (83 fő) miatt ezeket két kategóriára szűkítettük: „egyetért” és „nem ért egyet”. Az eredményeket a 7. táblázat foglalja össze, amelyet alább részletesen ismertetünk.

7. táblázat. *Mennyire ért egyet az egyházi és a nem egyházi médiumoknál dolgozók a következő állításokkal? (Adatok százalékban)*

Table 7. *To what extent do people working in religious and non-religious media agree with the following statements? (Data in percentages)*

Állítás	Egyáltalán nem ért vele egyet		Inkább nem ért vele egyet		Nem ért vele egyet (összesen)		Inkább egyetért vele		Teljesen egyetért		Egyetért vele (összesen)	
	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi
Olyan eszközt látok az MI-ben, ami segíti a munkámat	10	13,2	16,7	41,5	26,7	54,7	60	32,1	13,3	13,2	73,3	45,3
Versenytársat látok az MI-ben, ami elveszi a munkámat	16,7	39,6	53,3	28,3	70	67,9	30	24,5	0	7,5	30	32,1

Veszélyesnek tartom az MI alkalmazását az újságírás folyamatában	10	3,8	30	24,5	40	28,3	40	41,5	20	30,2	60	71,7
Az MI újságírásban történő alkalmazását a jog megfelelően szabályozza	26,7	41,5	56,7	52,8	83,3	94,3	13,3	1,9	3,3	3,8	16,7	5,7
Az MI újságírásban történő alkalmazása etikailag megfelelően szabályozott	33,3	49,1	50	43,4	83,3	92,5	16,7	3,8	0	3,8	16,7	7,5
Az MI eszközök használatát hasznosnak vélem az újságírásban	13,3	18,9	33,3	43,4	46,7	62,3	50	34	3,3	3,8	53,3	37,7

A vallásiújság-írók többsége (73,3%) az MI-t munkájukat segítő eszköznek tekinti, és nem lát benne versenytársat (70%). Ugyanakkor megosztottak abban, hogy veszélyesnek tartják-e az MI alkalmazását (60% igen, 40% nem), illetve hogy hasznosnak vélik-e az MI-eszközök használatát (53,3% igen, 46,7% nem). Nagy többségük (83,3%) szerint sem a jogi, sem az etikai szabályozás nem megfelelő az MI újságírásban való alkalmazására. A nem vallásiújság-írókhoz képest a vallásiak optimistábbak az MI munkát segítő szerepében (73,3% vs. 45,3%) és hasznosságában (53,3% vs. 37,7%), bár ők is jelentős mértékben kifogásolják a jogi (94,3%) és etikai (92,5%) szabályozás hiányát, még nagyobb arányban, mint vallási társaik.

A Pearson-féle khi-négyzet-próba a négy válaszkategóriás adatoknál csak a „Versenytársat látok az MI-ben” állításnál mutatott szignifikáns különbséget a két csoport között ($\chi^2 = 8,917$, $df = 3$, $p = 0,030$), de az alacsony elvárt gyakoriságok (3 cellában < 5) miatt ez az eredmény óvatosan értelmezendő. A két kategóriára szűkített adatoknál az „Olyan eszközt látok az MI-ben, ami segíti a munkámat” állításnál találtunk szignifikáns eltérést ($\chi^2 = 6,101$, $df = 1$, $p = 0,014$), amit a Fisher-féle egzakt teszt is megerősített ($p = 0,021$).

A H2 hipotézisünk két részből állt:

1. „A vallásiújság-írók kevésbé tartják hasznosnak az MI-t, mint a nem vallásiak:” Ez az állítás cáfolódik, mert a vallásiújság-írók 53,3 százaléka hasznosnak tartja az MI-t, szemben a nem vallásiak 37,7 százalékaival, és a különbség statisztikailag szignifikáns ($p = 0,014$).
2. „A vallásiújság-írók kevésbé tartják etikailag problematikusnak az MI-t:” Ez az állítás igazolódik, mivel a vallásiújság-írók körében nagyobb azok aránya, akik szerint az MI etikailag megfelelően szabályozott (16,7% vs. 7,5%), bár ez a különbség nem szignifikáns.

Összegzésként megállapíthatjuk, hogy a vallásiújság-írók pozitívabban viszonyulnak az MI újságírásban betöltött szerepéhez, mint nem vallási kollégáik, különösen a munkájukat segítő eszközként való megítélés és hasznosság terén. Mindkét csoport jelentős aggályokat fogalmaz meg a jogi és etikai szabályozás hiányával kapcsolatban, de a nem vallásiújság-írók körében ez az elégedetlenség még erőteljesebb. A statisztikai elemzések alátámasztják, hogy az MI munkát segítő szerepének megítélésében markáns különbség van a két csoport között.

4.4. Az MI várható hatása a vallásiújság-írók szerint az újságírás egyes területeire

Ebben az alfejezetben azt vizsgáltuk, hogy a vallási és nem vallásiújság-írók miként ítélik meg a mesterséges intelligencia átalakító hatását az újságírás 14 specifikus területén. A kutatás során a válaszadók egy négyfokú skálán értékelték az MI várható hatását („egyáltalán nem”, „mérsékelten”, „jelentősen”, „teljesen”), és az eredményeket százalékos formában jelenítjük meg. Az adatokat az alábbi, 8. táblázatban foglaltuk össze.

8. táblázat. *Mennyire alakítja át az MI az újságírás egyes területeit a vallási és a nem vallásiújság-írók véleménye szerint? (Adatok százalékban)*

Table 8. *To what extent is AI transforming certain areas of journalism according to religious and non-religious journalists? (Data in percentages)*

Terület	Egyáltalán nem		Mérsékelten		Jelentősen		Teljesen		Jelentősen és a teljesen	
	Egy-házi	Nem egy-házi	Egy-házi	Nem egy-házi	Egy-házi	Nem egy-házi	Egy-házi	Nem egy-házi	Egy-házi	Nem egy-házi
A tartalom tervezésének a folyamatát	16,7	13,2	50	35,8	33,3	47,2	0	3,8	33,3	51
A hírgyűjtés folyamatát	0	9,4	23,3	9,4	60	58,5	16,7	22,6	76,7	81,1
Az adatgyűjtés folyamatát	3,3	7,5	16,7	9,4	60	50,9	20	32,1	80	83
A lapszemlét	0	11,3	20	30,2	60	43,4	20	15,1	80	58,5
Átvételt a más médiumokból	3,3	11,3	23,3	34	53,3	35,8	20	18,9	73,3	54,7
Fordítást a más médiumokból	3,3	9,4	3,3	20,8	53,3	43,4	30	26,4	83,3	69,8

A tartalom promotálásának folyamatát	3,3	9,4	20	26,4	50	32,1	26,7	32,1	76,7	64,2
A valós adatgyűjtés folyamatát	3,3	7,5	13,3	11,3	50	52,8	33,1	28,3	83,1	81,1
Az adatvizualizáció folyamatát	0	9,4	20	15,1	60	52,8	20	22,6	80	75,4
Az álhírek kiszűrésének folyamatát	16,7	18,9	30	41,5	40	22,6	13,3	17	53,3	39,6
Az interjúkészítés folyamatát	26,7	26,4	53,3	50	20	13,2	0	9,4	20	22,6
A szerkesztés folyamatában az eredeti anyagok átfogalmazását	3,3	13,2	50	28,3	36,7	39,6	10	18,9	46,7	58,5
Erősíteni fogja a manipulációs lehetőségeket	3,3	5,7	16,7	3,8	26,7	28,3	53,3	62,3	80	90,6
Hatékonyabbá teszi a minőség-ellenőrzést	20	43,4	36,7	28,3	36,7	17	6,7	11,3	43,4	28,3

A 8. táblázat adatai alapján a vallásiújság-írók kilenc területen – például a hírgyűjtés (76,7%), az adatgyűjtés (80,0%), a lapszemle (80,0%) és a fordítás (83,3%) – 75–83,3 százalékos arányban várnak jelentős vagy teljes átalakulást az MI hatására. Különösen optimisták a technikai jellegű feladatokban, mint az adatvizualizáció (80%) vagy a tartalom promotálása (76,7%). Ezzel szemben szkeptikusabbak az emberi interakciót igénylő területeken, például az interjúkészítésben (20,0%) vagy a tartalom tervezésében (33,3%). A nem vallásiújság-írókhoz képest a vallásiújság-írók hat területen – például a lapszemle (80,0% vs. 58,5%) és a fordítás (83,3% vs. 69,8%) – nagyobb arányban prognosztizálnak jelentős vagy teljes átalakulást. Ugyanakkor három területen – például a tartalom tervezése (33,3% vs. 51,0%) és a szerkesztés (46,7% vs. 58,5%) – a nem vallásiújság-írók optimistábbak. A többi területen a két csoport véleménye közel azonos.

A kutatás hipotézise (H1) szerint a vallásiújság-írók több területen várnak átalakulást az MI-től, mint nem vallási társaik. A 8. táblázat szerint az általunk felsorolt 14 területből hatban az egyházi médiumoknál dolgozó újságírók körében magasabb azok aránya, akik úgy vélik, hogy az MI jelentősen vagy teljesen átalakítja az adott területet, míg három területen fordított helyzetet figyelhetünk meg. A többi öt területen nem találtunk lényeges különbséget. Tehát, ha csak a numerikus százalékos adatokat nézzük, akkor igazolódni látszik a hipotézisünk. A khinégyszet-próba elvégzése érdekében a négy válaszkategóriát kettőre csökkentettük (jelentősen és teljesen, illetve egyáltalán nem és mérsékelten kategóriák), de az csupán „a lapszemle területén” mutatott ki szignifikáns ($\chi^2 = 3,965$, $df = 1$, $p = 0,046$) különbséget, ahol a vallásiújság-írók szignifikánsan nagyobb átalakulást prognosztizálnak.

A Mann–Whitney-U-teszt szerint az átlagos területek száma, ahol jelentős vagy teljes átalakulást várnak (vallási: 9,2; nem vallási: 8,6), nem különbözik szignifikánsan a két csoport, így a hipotézis nem igazolódott. Az alacsony elemszám miatt a 14 területre vonatkozóan két kate-

góriát hoztunk létre (0–9 területre és 10–14 területre). Bár az egyháziújság-írók körében felülreprezentáltak azok, akik szerint az általunk felsorolt 14 területből 10–14 területen jelentős vagy teljes átalakulást (60% vs. 47,2%) várnak, de a khi-négyzet-próbák egyike sem jelzett szignifikáns kapcsolatot.

Összegzésül elmondható, hogy a vallásiújság-írók optimistábbak az MI átalakítóerejével kapcsolatban a technikai jellegű feladatok terén, mint például a lapszemle, a fordítás vagy az adatvizualizáció, ugyanakkor szkeptikusabbak az emberi interakciót igénylő területeken, mint az interjúkészítés. A nem vallásiújság-írókkal összehasonlítva bizonyos területeken eltérő várakozásokat fogalmaznak meg, de a statisztikai elemzések nem támasztják alá, hogy szignifikánsan több területen várnának átalakulást.

4.5. A magyar újságírók MI-használattal kapcsolatos nyitottsága az egyes újságírói műfajok területén

Ebben az alfejezetben azt elemeztük, hogy a vallási és nem vallásiújság-írók mennyire tartják alkalmazhatónak a mesterséges intelligenciát hét újságírói műfajban. A válaszadók egy négyfokú skálán („egyáltalán nem”, „csekély mértékben”, „nagy mértékben”, „tökéletesen”) értékelték az MI használatát. Az eredményeket a 9. táblázat mutatja be.

9. táblázat. *Mennyire tudja elképzelni az alábbi műfajú írásokban az MI alkalmazását? (Adatok százalékban)*

Table 9. *To what extent can you imagine the application of AI in the following genres of writing? (Data in percentages)*

Műfaj	Egyáltalán nem alkalmazható		Csekély mértékben alkalmazható		Nagy mértékben alkalmazható		Tökéletesen alkalmazható		Nagy mértékben és a tökéletesen alkalmazható (összesen)	
	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi
Hírportálok vonatkozásában az átmeneti műfajok területén (riport, interjú)	30	35,8	56,7	49,1	13,3	15,1	0	0	13,3	15,1
Hírportálok vonatkozásában a véleményműfajok (vezércikk, kritika, tárcá, publicisztika) területén	40	45,3	46,7	30,2	13,3	24,5	0	0	13,3	24,5
A rádiózásban a magazinok szerkesztésében	6,7	20,8	73,3	54,7	16,7	22,6	3,3	1,9	20	24,5

A rádiózás területén a zenei szerkesztésben	6,7	13,2	30	30,2	33,3	32,1	30	24,5	63,3	56,6
Az online felületeken a teljesen automatizált tartalomgyártásban	10	15,1	23,3	17	46,7	47,2	20	20,8	66,7	68
A televíziózás képi világában (CGI alkalmazása. Kamerarendszer, rendezői feladatok)	3,3	11,3	36,7	22,6	40	52,8	20	13,2	60	66
A kommentek moderálásában	16,7	37,7	53,3	43,4	23,3	11,3	6,7	7,5	30	18,8

A vallásiújság-írók az online automatizált tartalomgyártásban (66,7%), a rádiózás zenei szerkesztésében (63,3%) és a televíziós képi világban (60,0%) látják leginkább alkalmazhatónak az MI-t. A nem vallásiújság-írók hasonlóan optimisták ezekben a műfajokban (68,0%, 56,6%, 66,0%), de a véleményműfajokban (24,5% vs. 13,3%) és a kommentmoderálásban (18,8% vs. 30,0%) eltérő mértékben támogatják az MI használatát. A khi-négyzet-próbák sem a négy, sem a két válaszkategória (1. nem vagy csekély mértékben, 2. nagy mértékben vagy tökéletesen alkalmazható) esetén nem mutatott különbséget a két csoport között.

A H3 hipotézis szerint a vallásiújság-írók a képgenerálásban, a nem vallásiak pedig a tartalomgyártásban látnak nagyobb MI-potenciált. Az adataink nem igazolják a hipotézisünket. A mintánkban ugyanis épp a nem egyháziújság-írók körében elfogadottabb az MI alkalmazása a képgenerálás területén. A hipotézisünk második része igazolódni látszik, mivel a nem egyháziújság-írók körében magasabb azok aránya, akik nagy mértékben és tökéletesen alkalmazhatónak gondolják az MI eszközök használatát a tartalomgyártás területén. Az alacsony elemszám miatt a háromból kettő esetében inkább azonos arányszámokról beszélhetünk a két vizsgált csoport esetében. Egyedül a hírportálok vonatkozásában a véleményműfajok esetében találunk nagyobb eltérést (24,5% vs. 13,3%). A khi-négyzet-próbák sem a négy, sem a kettő válaszkategóriák esetében nem mutattak ki szignifikáns kapcsolatot a két vizsgált csoport között.

Érdemes azt is megnézni, hogy az általunk felsorolt hét területből hányban tudják elképzelni az MI nagy vagy teljes mértékű alkalmazását (10. táblázat). Az egyházi médiumoknál dolgozó újságírók esetében átlagosan 2,933 értéket kapunk, ami alig marad el a nem egyháziújság-írókéétől (3,09). A Mann–Whitney-U-próba sem mutatott ki szignifikáns különbséget.

10. táblázat. *Hány területen vélik úgy az egyházi és a nem egyháziújság-írók, hogy az MI nagy mértékben vagy tökéletesen alkalmazható? (Adatok százalékban)*

Table 10. *In how many areas do church and non-church journalists believe that AI can be applied to a great extent or perfectly. (Data in percentages)*

	0 terület	1 terület	2 terület	3 terület	4 terület	5 terület	6 terület	7 terület
Egyházi	16,7	10	0	33,3	16,7	23,3	0	0
Nem egyházi	9,4	9,4	18,9	28,3	13,2	3,8	13,2	3,8

Az egyházi írók 73,3 százaléka 3–5 területen véli az MI eszközöket nagy mértékben vagy tökéletesen alkalmazhatónak, míg közel ötödük egy területen sem használná. Az egyháziak véleménye eléggé koncentrált, ezzel szemben a nem egyháziak körében sokkal nagyobb vélemény-szóródást tapasztalunk az MI használatosságával kapcsolatosabban. A Pearson khi-négyzet ($\chi^2 = 18,671$, $df = 7$, $p = 0,009$) és a valószínűségi hányados ($24,671$, $df = 7$, $p = 0,001$) tesztek alapján szignifikáns különbség van az egyházi és nem egyháziújság-írók véleménye között. Bár a cellák várt gyakorisága több esetben alacsony (kilenc cella 56,2%-a kisebb mint öt), a valószínűségihányados-teszt eredménye alátámasztja a szignifikanciát. A lineáris-lineáris asszociációs teszt ($p = 0,700$) alapján azonban nincs szignifikáns lineáris összefüggés, ami azt jelzi, hogy a különbség a kategóriák eloszlásában, és nem egy lineáris trendben rejlik.

4.6. A magyar vallásiújság-írók MI használatával kapcsolatos nyitottsága az egyes tematikai mezők területén

Ebben az alfejezetben azt vizsgáltuk, hogy a vallási (egyházi) és nem vallási (nem egyházi) újságírók mennyire tartják alkalmazhatónak a mesterséges intelligenciát nyolc tematikus mezőben. A válaszadók egy négyfokú skálán („egyáltalán nem”, „csekély mértékben”, „nagy mértékben”, „teljes mértékben”) értékelték az MI használatát. Az eredményeket a 11. táblázat foglalja össze.

11. táblázat. *Milyen tematikus mezőkben tudnák elképzelni az MI alkalmazását az egyházi és a nem egyháziújság-írók? (Adatok százalékban)*

Table 11. *In what thematic fields could church and non-church journalists imagine the application of AI? (Data in percentages)*

Tematikus mező	Egyáltalán nem alkalmazható		Csekély mértékben alkalmazható		Nagy mértékben alkalmazható		Teljes mértékben alkalmazható		Nagy és teljes mértékben alkalmazható (összesen)	
	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi
Közeleti hírek, események (bel- és külpolitika)	16,7	37,7	53,3	43,4	23,3	11,3	6,7	7,5	30	18,8
Kulturális tartalmak (hírek, kritikák, recenziók)	30	37,7	33,3	45,3	36,7	15,1	0	1,9	36,7	17
Gazdasági tartalmak (tőzsdei hírek, elemzések)	6,7	22,6	33,3	26,4	46,7	32,1	13,3	18,9	60	51
Sporttal kapcsolatos tartalmak	6,7	20,8	43,3	43,4	46,7	28,3	3,3	7,5	50	35,8
Szórakoztató tartalmak	3,3	20,8	46,7	28,3	36,7	35,8	13,3	15,1	50	50,9

Globálisan érdekes tartalmak	6,7	18,9	40	37,7	46,7	32,1	6,7	11,3	53,4	43,4
Lokálisan érdekes tartalmak	6,7	37,7	66,7	35,8	26,7	26,4	0	0	26,7	26,4
Vallási tartalmak	30	54,7	53,3	28,3	16,7	13,2	0	3,8	16,7	17

A vallásiújság-írók leginkább a gazdasági (60,0%), globális (53,4%), sport- (50,0%) és szórakoztató (50,0%) tartalmakban látják az MI-t alkalmazhatónak, míg a közéleti hírekben (30,0%), kulturális tartalmakban (36,7%), lokális témákban (26,7%) és vallási tartalmakban (16,7%) óvatosabbak. A nem vallásiújság-írók szkeptikusabbak, különösen a közéleti (37,7%), lokális (37,7%) és vallási (54,7%) tartalmak esetében. Összességében az egyháziújság-írók az objektív, strukturált adatokon alapuló témákban optimistábbak, míg a szubjektív, interpretatív jellegű tartalmakban kevésbé bíznak az MI hasznosságában. Összességében az egyháziújság-írók kevésbé elutasítóak és nyitottabbak az MI használatára a legtöbb területen, kivéve a vallási tartalmakat, ahol a nem egyháziak határozottabb elutasítása figyelhető meg. A négy válaszlehetőség esetén a khi-négyzet-próbák egyedül a lokális tartalmak esetén mutattak szignifikáns különbséget az egyházi és nem egyháziújság-írók véleménye között ($\chi^2 = 10,849$, $df = 2$, $p = 0,004$). A valószínűségihányados-teszt ($12,320$, $df = 2$, $p = 0,002$) szintén alátámasztja ezt az eredményt, jelezve, hogy a két csoport jelentősen különbözik e téma megítélésében. Tehát a globálisan érdekes tartalmak esetén az MI használatát teljesen elvetők körében a nem egyházi (37,7% vs. 6,7%), míg az MI csekély mértékben történő alkalmazhatóságát támogatók körében az egyháziújság-írók felülreprezentáltak (66,7% vs. 35,8%). A négy válaszlehetőség kettőre csökkentése (1. csekély mértékben, semennyire. 2. nagy mértékben) esetén a khi-négyzet-próbák egyedül a kulturális tartalmak esetén mutatnak szignifikáns különbséget ($\chi^2 = 4,059$, $df = 1$, $p = 0,044$, valószínűségi hányados: $\chi^2 = 3,942$, $p = 0,047$) és a lineáris-lineáris asszociációs teszt: $\chi^2 = 4,010$, $p = 0,045$) szintén jelentős kapcsolatot mutat, jelezve, hogy az egyháziújság-írók pozitívan, míg a nem egyháziak negatívan viszonyulnak az MI ezen területen való használatához.

A H4 hipotézisünk (A vallásitartalom-gyártók a tematikus mezők szerinti felosztásban kevésbé tartják alkalmazhatónak MI eszközöket a közéleti kérdésekben mint a szórakoztató tartalmak létrehozásában) nem igazolódott. A szórakoztató tartalmak esetében lényegében azonos eredményt kaptunk (50% vs. 50,9%) a két vizsgált csoport esetében, a közéleti tematikus mezőt illetően a hipotézisünknek ellentmondó eredmény született, vagyis az egyháziak körében magasabb azok aránya (30% vs. 18,9%), akik az MI alkalmazását ezen a területen nagy, vagy teljes mértékben elképzelhetőnek tartják.

Érdeemes azt is megvizsgálni, hogy az általunk megadott nyolc tematikus mezőből hány területen vélik a vallásiújság-írók úgy, hogy az MI eszközök nagy mértékben vagy teljesen használhatók (12. táblázat). Az egyháziújság-írók átlagosan 3,2 területen gondolják úgy, hogy nagyon vagy teljes mértékben használhatók az MI eszközök, amely magasabb érték, mint a nem egyháziak esetében kapott 2,6. A Mann–Whitney-U-teszt azonban nem mutatott ki szignifikáns kapcsolatot.

12. táblázat. *Hány tematikus mezőben tudnák nagy mértékben vagy teljesen elképzelni az MI-t az egyházi és a nem egyháziújság-írók az újságírás területén? (Adatok százalékban)*

Table 12. *In how many thematic fields could religious and non-religious journalists imagine AI in journalism to a large extent or completely? (Data in percentage)*

	0 terület	1 terület	2 terület	3 terület	4 terület	5 terület	6 terület	7 terület	8 terület
Egyházi	23,3	3,3	13,3	20	3,3	10	23,3	0	3,3
Nem egyházi	34	11,3	9,4	5,7	9,4	17	5,7	3,8	3,8

Az egyháziújság-írók véleménye közel azonos arányban (20–23%) megoszlik a nulla, a három, a hat területen használók között.

A nem egyháziújság-írók szkeptikusabbak (34,0% 0 mezőt jelöl), míg az egyháziak körében az optimistább vélemények (pl. 6 mező) hangsúlyosabbak. A khi-négyzet-próba nem mutat statisztikailag szignifikáns különbséget a két csoport között ($p = 0,087$), de az alacsony elvárt elemszámok miatt két kategóriát hoztunk létre (1. 0–4 terület és 2. 5–8 terület), de a khi-négyzet-próbák ebben az esetben nem mutattak ki szignifikáns kapcsolatot.

4.7. Az MI hatása a médiahasználat egyes területein a vallásiújság-írók véleménye szerint

A 4.7. alfejezet azt vizsgálja, hogy a vallási és nem vallásiújság-írók miként vélekednek a mesterséges intelligencia (MI) hatásáról a médiahasználat tíz konkrét területén. A felmérés során tíz területet soroltunk fel, és arra kértük a válaszadókat, hogy jelöljék meg, szerintük az MI milyen mértékben fogja érinteni ezeket a területeket: egyáltalán nem, csekély mértékben, nagy mértékben vagy teljes mértékben. Az eredményeket a 13. táblázatban foglaltuk össze, százalékos adatokkal bemutatva az egyházi és nem egyháziújság-írók véleményét. Az alábbiakban részletesen ismertetjük az eredményeket, a két csoport összehasonlítását, a statisztikai elemzéseket és a hipotézisvizsgálat következtetéseit.

13. táblázat. *Mennyiben fogja érinteni a következő területeket a mesterséges intelligencia az egyházi és a nem egyháziújság-írók véleménye szerint? (Adatok százalékban)*

Table 13. *To what extent will artificial intelligence affect the following areas, according to the opinion of church and non-church journalists? Data in percentages*

Területek	Egyáltalán nem		Csekély mértékben		Nagy mértékben		Teljes mértékben		Nagy és teljes mértékben (összesen)	
	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi	Egyházi	Nem egyházi
Tartalomelosztás mechanizmusait	0	5,7	50	24,5	46,7	58,5	3,3	11,3	50	69,8
A médiatartalmak létrehozásának gyorsaságát	0	1,9	16,7	3,8	73,3	69,8	10	24,5	83,3	94,3
A médiatartalmak ciklusidejét (pl. meddig lehet címlapon tartani és mikor avulnak el)	0	5,7	26,7	22,6	63,3	56,6	10	15,1	73,3	71,7
A médiatartalmak befogadói hatásának kiértékelését	3,9	5,7	20	26,4	56,7	43,4	20	24,5	76,7	67,9
A felhasználók profilozását	0	5,7	10	9,4	56,7	30,2	33,3	54,7	90	84,9
A hirdetések, a marketing területét	0	3,8	10	9,4	46,7	35,8	43,3	50,9	90	86,7
A közvélemény monitorozását egy-egy kérdésben	3,3	5,7	10	5,7	46,7	49,1	40	39,6	86,7	85,7
A közvélemény figyelemirányítását	0	9,4	20	7,5	50	35,8	30	47,2	80	83
A médiaipar hatékonyságát	6,7	7,5	20	22,6	53,3	39,6	20	30,2	73,3	69,8
A médiatartalmak valósídejűségének erősödését	6,7	7,5	16,7	20,8	60	39,6	16,7	32,1	76,7	71,7

A 13. táblázat alapján mind az egyházi, mind a nem egyháziújság-írók jelentős hatást tulajdonítanak az MI-nek a médiahasználat különböző területein. Az egyháziújság-írók szerint a leginkább MI által érintett területek a felhasználók profilozása (90%), a hirdetések és marke-

ting területe (90%), valamint a közvélemény monitorozása (86,7%). Ezeken a területeken az egyháziújság-írók az MI-t erős közönségkezelési eszköznek látják. Jelentős hatást várnak a médiatartalmak létrehozásának gyorsaságában (83,3%) és a befogadói hatás kiértékelésében (76,7%) is. A tartalomelosztás mechanizmusaiban azonban kevésbé bizakodóak (50%), ami arra utal, hogy ezen a területen korlátozottabbnak érzékelik az MI szerepét. A nem egyháziújság-írók hasonlóan magas arányban látják az MI hatását a hirdetések és marketing területén (86,7%), a közvélemény monitorozásában (85,7%) és a felhasználók profilozásában (84,9%). Kiemelkedően optimisták a médiatartalmak létrehozásának gyorsaságát illetően (94,3%), és a tartalomelosztás mechanizmusaiban is jelentősebb hatást prognosztizálnak (69,8%) az egyháziújság-írókhoz képest (50%). A befogadói hatás kiértékelésében viszont kevésbé látják az MI szerepét (67,9%), szemben az egyháziújság-írók 76,7 százalékaival. Fontos megjegyezni, hogy mindkét csoport elismeri az MI átalakító szerepét, de eltérő hangsúlyokat helyeznek. Az egyháziújság-írók a közönség megértésére és kezelésére (pl. profilozás, monitorozás) fókuszálnak, míg a nem egyháziak a technikai hatékonyságban (pl. tartalomkészítés gyorsasága, elosztás) látják az MI erősségét. A khi-négyzet-próbák sem az eredeti négy, sem pedig az elvárt gyakoriság miatt létrehozott kettő (1. nem vagy csekély mértékben, 2. nagy vagy teljes mértékben) válaszkategória esetén mutattak szignifikáns kapcsolatot a két vizsgált csoport között.

Az ötödik hipotézisünk azt állította, hogy a vallásiújság-írók kisebb mértékű változásra számítanak az MI hatását illetően, mint a nem vallásiújság-írók. Az adatok ezt nem támasztják alá:

- Hasonló várakozások: Öt területen (médiatartalmak ciklusideje, hirdetések és marketing, közvélemény monitorozása, közvélemény figyelemirányítása, médiaipar hatékonysága) a két csoport közel azonos arányban látja az MI hatását.
- Ellentmondás a hipotézisnek: Három területen (befogadói hatás kiértékelése, felhasználók profilozása, médiatartalmak valósidejűségének erősödése) az egyháziújság-írók kismértékben nagyobb hatást feltételeznek.
- Hipotézist alátámasztó területek: Csak két területen – a tartalomelosztás mechanizmusaiban (50% vs. 69,8%) és a médiatartalmak létrehozásának gyorsaságában (83,3% vs. 94,3%) – alacsonyabb az egyháziújság-írók várakozása.

További elemzésként megvizsgáltuk, hogy a tíz terület közül hányat tartanak a válaszadók az MI által nagy vagy teljes mértékben érintettnek (14. táblázat). Az egyháziújság-írók átlagosan 7,8, a nem egyháziak 7,9 területet jelöltek meg, ami szintén cáfolja a hipotézist, miszerint az egyháziújság-írók kisebb változásra számítanának. A khi-négyzet-próba itt sem mutatott szignifikáns különbséget, még a kategóriák összevonása (0–7 és 8–10 terület) után sem.

14. táblázat. *Hány területet fog érinteni az MI nagy vagy teljes mértékben az egyházi és a nem egyháziújság-írók szerint? (10 területből)? (Adatok százalékban)*

Table 14. *How many areas will AI affect to a large extent or completely according to church and non-church journalists? (out of 10 areas)? (Data in percentage)*

	0 ter.	1 ter.	2 ter.	3 ter.	4 ter.	5 ter.	6 ter.	7 ter.	8 ter.	9 ter.	10 ter.
Egyházi	3,3	0	0	3,3	6,7	3,3	10	0	20	26,7	26,7
Nem egyházi	3,8	0	3,8	0	1,9	3,8	7,5	11,3	15,1	18,9	34

5. ÖSSZEGZÉS

A statisztikai elemzés főbb eredményei az újságírásban alkalmazott mesterségesintelligencia-használat mintázataira, az általa jelentett kihívásokra, valamint az újságírás különböző területeire gyakorolt hatására összpontosítanak.

Az MI egyéni és munkakörnyezetben való alkalmazását illetően a vallásiújság-írók korlátozottan használják az MI-eszközöket, kivéve a fordítóalkalmazásokat, amelyeket széles körben alkalmaznak mind magánéleti (76,7%), mind munkahelyi kontextusban (70%). A vallási és nem vallásiújság-írók között általában nem mutatkozik jelentős eltérés az MI-használatban, kivéve a képszerkesztést, amelyet a vallásiújság-írók nagyobb arányban alkalmaznak alkalomszerűen (36,7% vs. 20,7%).

Az MI jelentette kihívások között a vallásiújság-írók elsősorban a dezinformáció terjedését (83,3%), a valóság és a generált tartalmak közötti határvonal elmosódását (63,3%), valamint az algoritmusok meghatározó szerepét (60%) tartják problematikusnak. A nem vallásiújság-írókhoz képest kevésbé érzik problémásnak az MI semleges hangnemét (30% vs. 64,2%) és a befogadói kompetenciák hiányát (46,7% vs. 69,8%).

Az MI potenciális szerepére vonatkozóan a vallásiújság-írók többsége szerint a mesterséges intelligencia használatát sem jogi (83,3%), sem etikai iránymutatások (83,3%) nem szabályozzák megfelelően. Ennek ellenére az MI-t inkább munkát segítő eszközként (73,3%), semmint versenytársként (70%) értékelik, és az újságírásban is hasznosnak tartják (53,3%), míg a nem vallásiújság-írók körében ez az arány alacsonyabb (37,7%).

Az MI várható hatása az újságírás különböző területeire szignifikáns mértékben tér el. A vallásiújság-írók szerint az MI elsősorban a hírgyűjtést (76,7%), adatgyűjtést (80%), fordítást (83,3%), adatvizualizációt (80%) és a manipulációs lehetőségeket (80%) alakítja át jelentősen. Ugyanakkor szkeptikusak az MI szerepével kapcsolatban a tartalomtervezésben (33,3%) és az interjúkészítésben (20%), továbbá megosztottak az álhírek kiszűrésének (53,3%) és a minőségellenőrzésnek (43,4%) a kérdésében.

Az MI alkalmazhatósága az újságírói műfajokban eltérő mértékben jelenik meg. A leginkább alkalmazhatónak az online automatizált tartalomgyártásban (66,7%), a rádiózás zenei szerkesztésében (63,3%) és a televíziós képi világban (60%) tartják. Ezzel szemben kevésbé látják relevánsnak a kommentmoderálásban (30%), a rádiómagazinok szerkesztésében (20%) és a véleményműfajokban (13,3%).

Tematikai szempontból az MI leginkább a gazdasági (60%), globális (53,4%), sport- (50%) és szórakoztató tartalmakban (50%) bizonyul alkalmazhatónak. Ezzel szemben kevésbé látják relevánsnak a közéleti (30%), kulturális (36,7%), lokális (26,7%) és vallási témákban (16,7%).

A médiahasználatra gyakorolt hatás tekintetében az MI-t leginkább a felhasználói profilozás (90%), a hirdetés és marketing (90%), valamint a közvélemény monitorozása (86,7%) területén tartják meghatározónak, míg a tartalomelosztás mechanizmusaiban kevésbé látják jelentősnek a szerepét (50%).

Összességében az eredmények arra utalnak, hogy a vallásiújság-írók az MI-t inkább támogató eszközként értékelik, mintsem fenyegetésként, ugyanakkor komoly etikai és jogi szabályozási hiányosságokat azonosítanak. Az MI újságírásra gyakorolt hatása nagymértékben függ attól, hogy milyen területen és milyen kontextusban kerül alkalmazásra.

5.1. Hipotézisek értékelése és összegző következtetések

A kutatás során vizsgált hipotézisek értékelése alapján megállapítható, hogy a vallásiújság-írók hozzáállása az MI-hez nem mutat konzervatívabb tendenciát a nem vallásiújság-írókhoz képest, hanem bizonyos aspektusokban nagyobb nyitottságot tükröz.

Az első hipotézis (H1), miszerint a vallásiújság-írók több területen prognosztizálnak változást az MI révén, nem igazolódott, mivel a nem vallásiújság-írók több kihívást azonosítottak, különösen az MI semleges hangneme és a befogadói kompetenciák hiánya kapcsán.

A második hipotézis (H2), amely azt feltételezte, hogy a vallásiújság-írók kevésbé tartják hasznosnak az MI-t, és etikailag problémásabbnak ítélik meg, részben igazolást nyert. Míg a vallásiújság-írók az MI-t hasznosabb eszköznek tekintik, kevésbé érzékelik annak etikai problematikáját.

A harmadik hipotézis (H3), amely szerint a vallásiújság-írók elsősorban a képgenerálásban várnak jelentősebb MI-hatást, szintén cáfolódott. Az eredmények azt mutatják, hogy az MI hatása nem elsősorban a vizuális tartalomgyártásban érzékelhető, és a nem vallásiújság-írók optimistábbak bizonyos műfajok, például a véleménycikkek esetében.

A negyedik hipotézis (H4), amely szerint a vallásiújság-írók kevésbé látják alkalmazhatónak az MI-t a szórakoztató és közéleti tartalmakban, szintén nem igazolódott. A szórakoztató tartalmak esetében az arányok megegyeztek, míg a közéleti tartalmaknál a vallásiújság-írók nagyobb potenciált láttak az MI használatában.

Az ötödik hipotézis (H5), miszerint a vallásiújság-írók kisebb mértékű változást prognosztizálnak az MI hatására a médiaiparban, ugyancsak cáfolódott. Az eredmények azt mutatják, hogy a két csoport hasonló mértékű változásra számít, sőt, bizonyos területeken (például a befogadói hatás tekintetében) a vallásiújság-írók nagyobb befolyást feltételeznek.

A kutatás eredményei azt sugallják, hogy a vallásiújság-írók nem mutatnak konzervatívabb attitűdöt az MI-hoz, mint nem vallási kollégáik. Sőt, bizonyos területeken – például az MI alkalmazhatóságát és hasznosságát illetően – nagyobb nyitottságot mutatnak. Ugyanakkor az etikai és szabályozási kérdések kapcsán továbbra is jelentős aggályokat fogalmaznak meg.

A hipotézisek többségének cáfolata arra utal, hogy a vallásiújság-írók inkább lehetőségként, semmint fenyegetésként tekintenek az MI-re, ami különösen fontos a technológiai fejlődés társadalmi és szakmai adaptációjának megértésében. Ugyanakkor a kutatás korlátozott mintája miatt az eredmények óvatos általánosítást igényelnek, és további vizsgálatok szükségesek az MI hosszú távú hatásainak mélyebb megértéséhez.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Andok, M., P. Szilczl, D., & Radetzky, A. (2024a). Vallási médiatartalmak előállítóinak szerepfelfogásai Magyarországon. *Sapientiana*, 17(1), 77–100.
- Andok, M., P. Szilczl, D., Radetzky, A., & Rajki, Z. (2024b). Gender differences in the use of Artificial Intelligence by journalists in Hungary. *Communication papers: media literacy and gender studies*, 13(27), 6–27.

- Andok, M., Szilczl, D., & Radetzky, A. (2023). Hungarian religious creatives—Comparative analysis. *Religions*, 14(1), 97.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & mass communication quarterly*, 96(3), 673–695.
- Cardaş-Răduța, D. L. (2024). The effectiveness and limitations of artificial intelligence in journalism. *Saeculum*, 57(1), 111–119.
- Cools, H., & Diakopoulos, N. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. *Journalism Practice*, 1–19.
- Cordero, J. M., Henn, T., Holtel, F., Sánchez Gómez, J. Á., Arenas, D., Šipka, A., & Vollmer, S. (2025). Developing Effective and Value-Aligned AI Tools for Journalists: 12 Critical Questions to Reflect upon. *Journalism Practice*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2465894>
- Davis F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.
- De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook. *Journalism and media*, 3(1), 13–26.
- García-Marzá, D., & Calvo, P. (2024). Platformization: The Dangers of the Artificial Public Sphere. In *Algorithmic Democracy: A Critical Perspective Based on Deliberative Democracy* (pp. 81–102). Springer International Publishing.
- Heim, S., & Chan-Olmsted, S. (2023). Consumer trust in AI–Human News Collaborative Continuum: Preferences and influencing factors by news production phases. *Journalism and Media*, 4(3), 946–965.
- Kim, D., & Kim, S. (2021). A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120448.
- Marsden, C., Meyer, T., Brown, I., 2020. Platform values and democratic elections: how can the law regulate digital disinformation? *Computer Law & Security Review*, . 36, 105373. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105373>
- Moran, R. E., & Shaikh, S. J. (2022). Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1756–1774.
- Moravec, V., Hynek, N., Skare, M., Gavurova, B., & Kubak, M. (2024). Human or machine? The perception of artificial intelligence in journalism, its socio-economic conditions, and technological developments toward the digital future. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123162.
- Oh, S., & Jung, J. (2024. június 23–26.). *Redefining Journalism in the AI Era: Constructing A New Model for Harmonizing AI Technology with Traditional Journalist Ethos and Values*, 24th Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): „New bottles for new wine: digital transformation demands new policies and strategies”, Seoul, Korea, 23-26 June, 2024, International Telecommunications Society (ITS), Calgary
- Ouchchy, L., Coin, A., & Dubljević, V. (2020). AI in the headlines: the portrayal of the ethical issues of artificial intelligence in the media. *AI & society*, 35, 927–936.

- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & mass communication educator*, 78(1), 84–93.
- Simon, F. (2024). *Artificial intelligence in the news: How AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena*. Oxford University Press
- Sjøvaag, H. (2024). The business of news in the AI economy. *AI Magazine*, 45(2), 246–255.
- Wolker, A., Powell, T. E., 2021. Algorithms in the newsroom? News readers, perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism* 22(1), 86–103.
- Zheng, Y., Zhong, B., Yang, F., 2018. When algorithms meet journalism: the user perception to automated news in a cross-cultural context. *Computers in Human Behavior*, 86, 266–275.

Koncz Attila¹

Problematica extremitatum. A bulvársajtó logikájának érvényesülése és ennek következményei a vallási témájú médiatartalmak körében

Kivonat

Az utóbbi időben az egyházak is felismerték, hogy a minket körülvevő és egyre növekvő médiazaj lépésváltásra kényszeríti őket. Ennek jegyében indult el az a folyamat, és immár világosan kivehető trendként beszélhetünk róla, hogy a vallásos tartalmak is egyre inkább a populáris nyilvánosságra jellemző műfaji, tematikai és stílusjegyeket vesznek magukra.

Tanulmányom első részében a korábban általam végzett kutatás eredményei alapján vázolom fel aktuális vizsgálódásaim elméleti keretét. Ennek lényege, hogy napjaink médiája egyre nyilvánvalóbban ritualizálódik, ugyanakkor ez a folyamat párhuzamosan halad a vallás mediatizálódásával és popularizálódásával.

A vallási kommunikáció mediatizálódásának leglátványosabb jele napjainkban a műfaj sajátosságainak megjelenése ezen a korábban erősen körbezárt területen. A folyamat előrehaladott voltára utal, hogy az általam „religiotainmentnek” nevezett hibrid logika immár a műsorkészítés valamennyi részfolyamatában megjelenik.

Ezek közül a szempontok közül kiemelkedő jelentősége van a téma- és szereplőválasztásnak. Az extremitásnak az az újkeletű kultusza, ami elárasztja a vallásos műsorokat, ugyanakkor kizárja a normalitást a közönség látóköréből, magát a kereszténységet, a vallásos hitet is a maga kategóriájába utalja. A műfaji és tematikai hibridizáció, illetve az extremitás meghatározó jelenléte érhető tetten abban is, hogy a vallási tematikájú műsorokban egyre nagyobb teret kap a celebhasználat.

A „religiotainment” térhódítása nem hagyta érintetlenül a hivatalos egyházat, sőt a hierarchia legfelsőbb szintjeit sem. Az intézmények és a személyek egyaránt próbálnak helyt állni a „digitális kontinens” meghódításában, híven a Szentszék ebben a tárgyban megfogalmazott tanításához, illetve elvárásaihoz.

Tanulmányom utolsó előtti részében a bemutatott jelenségek következményeit igyekszem számba venni az egyház létezésének négy alapvető dimenziójában: teológiai, kommunikációs, intézményi és statisztikai szempontból.

Végezetül három forгатókönyvet vázlok fel a jövőre nézve, amelyek az abszorpció vagy feloldódás; az izoláció vagy elkülönülés; illetve a multiplikáció vagy megsokszorozódás fogalmával összegezhetők.

Kulcsszavak: bulvárosodás, vallási kommunikáció, mediatizáció, popularizáció, extremitás, digitális kontinens

¹ Teológus, egyháztörténész, kommunikációs szakember. A Mathias Corvinus Collegium Kolozsvári Képzési Központjának kutatótanára. E-mail: koncz.attila@mcc.hu

Abstract. Problematica Extremitatum. The Prevalence of Tabloid Logic and Its Consequences in Religious Media Content

In recent times, churches have also recognized that the ever-growing media noise surrounding us is forcing them to adapt. This realization has led to a process that has now become a clear trend: religious content is increasingly adopting the genre, themes, and stylistic characteristics typical of popular public discourse.

In the first part of my study, I outline the theoretical framework of my current research building on the findings of my previous studies. The central argument is that today's media is becoming increasingly ritualized, a process that runs parallel to the mediatization and popularization of religion.

The most striking sign of the mediatization of religious communication today is the emergence of entertainment—or, more specifically, tabloid—elements in this previously highly protected domain. This process is evident in the hybrid logic I have termed „religiotainment”, which is now present in all phases of content production.

Among these factors, topic and participant selection are particularly significant. The recent intensification of extremist tendencies in religious programming effectively marginalizes normative perspectives in the eyes of the audience, portraying Christianity and religious faith as characteristics of those who deviate from societal norms. Genre and thematic hybridization, along with the dominance of extreme elements, are also evident in the increasing use of celebrities in religious programming.

The rise of „religiotainment” has not left the institutional Church untouched, including its highest hierarchical levels. Both institutions and individuals are striving to establish a presence on the „digital continent,” in line with the teachings and expectations set forth by the Holy See on this matter.

In the penultimate section of my study, I assess the consequences of these phenomena in relation to the four fundamental dimensions of the Church's existence: theological, communicative, institutional, and statistical aspects.

Finally, I present three possible future scenarios, summarized by the concepts of absorption (or dissolution), isolation (or separation), and multiplication (or proliferation).

Keywords: tabloidization, religious communication, mediatization, popularization, extremity digital continent

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Koncz, A. (2025). Problematica extremitatum. A bulvársajtó logikájának érvényesülése és ennek következményei a vallási témájú médiatartalmak körében. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 93–109. <https://doi.org/10.17177/77171.311>

I. EGYHÁZ ÉS KOMMUNIKÁCIÓ

A jóból is megárt a sok, hát még a rosszból – tartja a régi bölcsesség, és ez fokozottan érvényes az egyházi kommunikációra, különösképpen annak aktuális nehézségeire. A kialakult helyzet értelmezéséhez előzetesen szeretném röviden felvázolni azokat a tételeket, amelyeket egyház és kommunikáció szoros, sőt felbonthatatlan kapcsolatáról fogalmaztam meg korábban.

Az egyház ugyanis egyszerre teológiai és intézményi valóság, amely két szöges ellentétben álló világ: égi és földi, ideális és kézzelfogható, szent és gyarló egysége – ami pedig egyensúlyban

tartja ezeket a dimenziókat, véleményünk szerint nem más, mint a kommunikáció (Koncz, 2020: 11–12). Ennek messzire vezető következményei vannak nem csupán az egyház, hanem a média vonatkozásában is. Ez az egymásra hatás folyamatos volt a történelem során, mára pedig eljutottunk oda, hogy egymás kölcsönös meghatározottságában működik a két entitás.

Ami a médiát illeti, megállapíthatjuk, hogy mindinkább ritualizálódik, azaz olyan funkciókat vesz magára, amelyek eredetileg a vallást jellemzik (vö. Császi, 2002). A média ugyanis konstruálja, közvetíti és elsajátíttatja azt az értékrendet, amely alapján kizár, befogad, kriminalizál, hegemonizál vagy éppen marginalizál embereket, illetve cselekedeteket (Koncz, 2020: 14). A tömegkommunikációs eszközök ennek jegyében olyan drámákat alkotnak, amelyek „a társadalmi rend Jó és Rossz alapelvei közötti harcot állítják színre” (Duncan, 1968: 34, idézi Császi, 2001: 11) – a modern média az azonnali, instant igazságszolgáltatás lehetőségét jelenti, ezzel azt a megnyugvást kínálva ebben a világban, amit az egyház csak a túlvilág vonatkozásában ígér. A populáris média tehát reszakralizálja a modern világot, ennek során pedig olyan eszközöket használ, amelyek a vallás terrénumáról valók: a szimbolikus értékekkel kapcsolatos történetek újramondását és újrajátszását, illetve a morális ítéletalkotást (Koncz, 2020: 17).

Hasonlóan fontos az a társadalomintegráló vagy közösségépítő szerep is, amelyet a populáris média napjainkban magáénak tudhat. Még a legsilányabb szappanoperákból sem hiányzik a konszenzusteremtő erő, amely az együttműködés, a kölcsönösség és a szolidaritás értéke körül forog, helyes, illetve helytelen magatartásmintákat felkínálva a nézőknek (Koncz, 2020: 17).

Ebben az összefüggésben újfogalmazva a régi kérdést, hogy vajon súlyos veszélyt vagy inkább jó lehetőséget jelent-e a kommunikációs technológia fejlődése, a válasz magától értehetővé válik, és egyszer s mindenkorra eldönthető: a technológia csupán eszköz, amelynek önmagában sem pozitív, sem negatív értéke nincsen, minden a felhasználás szándékától, vagyis az embertől függ. Ennek az etikai megközelítésnek ugyanakkor nagyszerű kiegészítését, egyben megerősítést adja a tény, hogy a média nem csupán informálja a társadalmat, hanem gazdagítja is azt, mivel „a közvetlen emberi kapcsolatok technikai kiterjesztése, szimbolikus felnagyítása és kulturális elsajátítása” (Császi, 2001: 13). A társadalom nem csupán a kommunikáció által, hanem a kommunikációban létezik.

Napjaink médiája tehát egyre nyilvánvalóbban ritualizálódik, ugyanakkor ez a folyamat párhuzamosan halad a vallás mediatisálódásával és popularizálódásával (a három folyamat sajátos és izgalmas határterülete, a liturgiaközvetítések alapos elemzését ld. Szabó, 2010). A jelenség megítélése természetesen ellentmondásos: vannak, akik szerint az egyház és a média tulajdonképpen versenytársai egymásnak (Koncz, 2020: 20), másrésztől viszont azt tapasztaljuk, hogy az egyház aktív használója a médiának, amelynek révén dialógusra léphet a társadalom legszélesebb rétegeivel, még a más módon számára elérhetetlenekkel is. Religionisták és humanisták – ezt a két kifejezést használja a szakirodalom a média hatását fenyegetésként, illetve lehetőségként megélők csoportjára, bár a kép teljességéhez az az egyáltalán nem elhanyagolható tény is hozzátartozik, hogy a modern technológiát előbbiek is előszeretettel, sőt látványos hatékonysággal használják (Koncz, 2020: 21).

A vallás mediatisációjának alapelveit részben már idéztük: a technológia önmagában és lényegében semleges (Koncz, 2020: 22), másrészt természeténél fogva rendkívül alkalmas a község befolyásolására. Fontos azonban három további szempontra is felhívni a figyelmet. Közülük az első, hogy a média kifejezetten alkalmas az evangélium üzenetének közvetítésére –

ahogyan azt a II. Vatikáni Zsinat szellemét továbbvivő dokumentumok több helyen is leszögezik (Koncz, 2022: 23). A kommunikációs eszközök másrészt a társadalmi igazságosság előmozdításában is az egyik leghatékonyabb eszközt jelentik – összhangban az egyház törekvéseivel (Koncz, 2022: 23). Végül, de nem utolsósorban szintén megállapíthatjuk, hogy a tömegkommunikációs eszközök nemcsak alkalmas, hanem egyszersmind eredményes eszközök az egyház kezében „a kereszténység tanítását érdeklődést keltővé és hatékonytá tenni” (Koncz, 2022: 23).

Az egyház tisztában van azzal, hogy a médiafogyasztás elkerülhetetlen része az emberi életnek (az aktuális statisztikai adatokat ld. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2024). Sőt, azt vallja, hogy „az emberi tapasztalat maga is médiatappasztalattá vált”. Ennek a felismerésnek a jegyében már jó ideje fontosnak, illetve a hívő ember személyhez kapcsolódó jogának tartja, hogy ebben a minőségében is részt vegyen a médiakommunikációban. Teológiai szempontból tehát, amennyiben a médiára és a hozzá kapcsolódó technológiára Isten ajándékaként tekintünk, akkor adódik a következtetés, hogy annak léte és működése része Isten tervének, ezért a vele való kapcsolat – konkrétan a benne való jelenlét – nemcsak jog, hanem kötelesség is a keresztények számára (Koncz, 2020: 25).

A vallás mediatizációja – utolsó szempontként említve – arra is kiválóan reflektál, hogy napjainkban minden korábbinál nagyobb jelentősége van az individualizációnak. Bár tömegkommunikációról beszélünk és populáris médiáról, az egyház idejekorán felismerte, hogy annak célzottjai valójában az egyes emberek, és ez korábban nem tapasztalt lehetőségeket nyit meg számára is a tartalomfogyasztás perszonifikálhatósága okán. Az egyház kommunikációs tanítása ennek jegyében az egyént állítja a középpontba, mint autonóm szereplőt az egyház és a média által uralt erőterben (Koncz, 2020: 24).

A kölcsönhatás, amelynek két irányáról az eddigiekben igyekeztünk számot adni, álláspontunk szerint az egyház természetében, illetve önmeghatározásában kapja meg alapvető magyarázatát, amelynek kulcskifejezése napjainkban a *communio*. A Hittani Kongregáció vonatkozó dokumentumának megállapításait röviden úgy összegezzhetjük, hogy az egyháztan alapjának tekinti a kommunikációt, annak egyetemes és részek közötti dimenziójával együtt, belső és külső vonatkozásban egyaránt, emberi és transzcendens módon, elfogadva társadalmi és történelmi meghatározottságát (Koncz, 2020: 33).

A ritualizáció és a mediatizáció szükségszerűségének felismeréséhez a kommunikáció participációs elmélete is alapvető megállapításokkal járult hozzá. Az előzetes megfontolások mellőzésével most csak arra szeretnék emlékeztetni, hogy az egyház maga is kommunikáció, hiszen annak legmagasabb rendű változata, amikor az ember a természetfölöttivel lép közösségre, másrészt minden közösség létjogosultságát csak az biztosíthatja, ha az általa közvetített jelentéskonstrukciók itt és most, a vallások esetében egyszersmind mindig és mindenhol érvényesek – ezt a legitimitást pedig kizárólag a kommunikáció általi szignifikáció adhatja meg számukra. Minél erősebb a közösség kommunioja, annál erősebb alapokon áll az a jelentésteli világ, amit kialakítottak az ágensek, vagyis annál kevesebb mindennapi legitimitációt igényel. Vallás és média összefonódása, egymásba oldódása ennek talán leghatékonyabb eszköze (Koncz, 2020: 33–35).

2. ŐSBŐL NEO – A RELIGIOTAINMENT

A vallási kommunikáció mediatizálódásának leglátványosabb jele napjainkban a szórakoztató – vagy mondhatjuk úgy is: bulvár – műfaj sajátosságainak megjelenése ezen a korábban erősen körbezárt területen. A folyamat előrehaladott voltára utal, hogy az általam *religiotainment*-nek nevezett hibrid logika immár a műsorkészítés valamennyi részfolyamatában megjelenik a témaválasztástól a feldolgozás tartalmi és technikai sajátosságain át az utómunkálatokig, illetve a promócióig. Tulajdonképpen az történik itt, ami korábban egyszer már lezajlott, csak akkor éppen a közszolgáltatás logikáját cserélte le a kereskedelmi szemlélet, és lett az „őstelevízióból” – Umberto Eco meghatározásával élve – „neotelevízió” (az alábbi összefoglalás alapvető forrása Pápai, 2007).

„Eco szerint leginkább az különbözteti meg a kettőt egymástól, hogy míg előbbi folyamatosan a külvilágról beszélt, azt a célt kitűzve maga elé, hogy távoli, ismeretlen helyeket, embereket és eseményeket hozzon be az emberek otthonába, addig utóbbi legfőbb célja a nézettségi verseny megnyerése, ezért azt nyújtja, amire egy átlagembernek valójában szüksége van.” (Pápai, 2007) És hogy miként éri ezt el?

- Nem a mindannyiunkat körülvevő világról, hanem „önmagáról és a nézőkkel fennálló kapcsolatáról beszél.” (Eco, 1992: 77)
- „Egyre inkább az interaktivitás felé tart, vagyis a néző úgy érzi, ő is alakíthatja a műsort, ő is szerepet kaphat, az ő véleménye is tükröződik benne.” (Pápai, 2007)
- Hogy a programbőségben dúsuló nézőt ne veszítse el, így szól hozzá: „Itt vagyok, én vagyok, én és te egyek vagyunk.” (Eco, 1992: 77) Az új korszakban nincs szó népszerűségről vagy szebben fogalmazva értékközvetítésről, a nézőt a médium egyenrangú társnak tekinti, akinek az igényeire koncentrál.
- A kereskedelmi logika immár nem a rációra akar hatni, sokkal inkább az érzelmekre, az ösztönökre, éppen ezért hangvétele is szubjektív, témái is tabloidszerűek. Az ember közismerten narratív lény, aki történetekben él és történetekből ismeri meg a világot, ezért sokkal vonzóbb számára, ha a televízió is történetekben, mininarratívákban „mesél neki mind saját magáról, mind a szűkebb és tágabb környezetében történő eseményekről” (Jenei, 2005: 11–12).
- „A neotelevíziónál nemcsak az általában emlegetett információs és szórakoztató (infotainment) vagy oktató és szórakoztató (edutainment), esetleg az »élő« és a »konzerv«, vagy a fikciós és a nem fikciós műsorok keveredéséről beszélhetünk, hanem az egyes műfajokon belül is eltűnnek a határok, és egyre gyakrabban találkozunk olyan produkciókkal, amelyek megpróbálják a különböző műsortípusoknak a nézők figyelmére és hűségére leginkább számot tartó elemeit elegyíteni.” (Pápai, 2007)
- „Egy műsor a nézők figyelmét a leginkább akkor tarthatja fenn, ha hozzá hasonló átlagembereket mutat nem mindennapi helyzetekben, például a százmilliós nyeremény közelében (a hétköznapiak extremitása), esetleg híres embereket mutat mindennapi helyzetekben (az extremitás hétköznapiasága).” (Pápai, 2007)

Az Eco által már 1983-ban látott átalakulás legfontosabb és legsúlyosabb következményét Johann Baptist Metz német katolikus teológus fogalmazta meg a diagnosztika alaposságával: „A tömegmédia nemcsak az emberi szubjektivitás és az emberi érzékelés gazdagítására törekszik, de le is lohasztja a szubjektivitást, mert egyre inkább mentesíti az embert attól az erőfeszítéstől, hogy szubjektumszerű nyelvet használjon és önállóan értelmezze a történelmet. A média információáradata szemlátomást nem csupán a felvilágosodást szolgálja, hanem újfajta, bizonyos szempontból másodlagos éretlenséget is szül, amelyet sokkalta nehezebb levetkőzni, mint azt az elsődleges éretlenséget, amely ellen a felvilágosodás felemelte a szavát, egészen egyszerűen azért, mert a másodlagos éretlenség állapotában létező ember mintha egyáltalán nem is szenvedne saját magának okozott éretlensége miatt. A katasztrófát elsősorban nem is maga a katasztrófa jelenti, hanem az, hogy már nem tudjuk katasztrófának látni, és fokozatosan saját pusztulásunk szemléllői leszünk” (Metz, 2008: 4. §). Az alábbiakban négy szempont bemutatásával igyekszem bizonyítani, hogy mindez immár nemcsak a kereskedelmi televíziózás gyakorlatában, hanem a vallási műsorok, illetve az egyházi médiatartalmak hatásmechanizmusában is tetten érhető.

3. TÉMAVÁLASZTÁS

Ha megnézzük a magyarországi közszolgálati műsorgyártó, az MTVA keretei között megvalósuló vallási, illetve egyházi tematikájú produkciókat, különösen a Covid-járvány időszakától kezdődően világosan megfigyelhető és statisztikailag is kimutatható a mind erősebb eltolódás a hagyományosnak minősíthető témáktól az előbb bemutatott neotelevíziós logika irányába (a média modernista és posztmodern szemlélete közötti alapvető különbségekről kiváló összefoglalást ad Császi, 2008).

Egészen 2020-ig ezekben a produkciókban a beszámolók túlnyomó többsége aktuális eseményekről tudósít; intézményeket és azok működését mutatja be; az egyes egyházak sajátos liturgikus gyakorlatahoz kapcsolódik; vagy a kulturális, történelmi, illetve szellemi örökség körébe sorolható témákról számol be. Ebben az egyvelegben csak ritkán kapnak helyet portrészzerű, egy-egy személyiség köré épülő anyagok, azok is általában rövid terjedelmű, formális, a mélységnek nem sok teret engedő, névjegyszerű beszélgetések, amelyekben sokszor az apropó (például valamilyen évforduló) jelentősebb súllyal bír, mint maga a szereplő.

Úgy gondolom, hogy ennek megváltozása szoros összefüggésben áll a Covid-járvány tapasztalatának lelki vonatkozásaival és gyakorlati következményeivel. Egyrészt ott voltak a személyesen átélt érzelmi veszteségek, a hosszú ideig tartó felfokozott egzisztenciális bizonytalanságból adódó stressz, a betegségtől és a jövőtől való félelem, illetve a korábbi rutinok totális megkérdőjeleződése, a bezártság és egymásra utaltság szabadságfok-csökkentő hatása. Másrészt praktikusan ellehetetlenültek a korábban fő témát jelentő események, a szigorú időponthoz kötött aktualitások, azaz összefoglalóan mondhatjuk úgy: hírszerű történések; illetve lényegében leállt az örökséghez való hozzáférést biztosító intézmények működése. E két különböző természetű, de objektív tényező nyomán kerültek aztán egyre inkább előtérbe a témaválasztásban

- az extrém személyes helyzetet,

- a portré műfaji szabályai szerint,
- a vallásos tanúságtétel célzatával bemutató tudósítások.

A járvány okozta sajátos helyzetben könnyen nyert érvényt az extremitás bulvárlogikája, hiszen valóban a hétköznapi emberek személyes tapasztalatává vált egy rendkívüli élethelyzet, amiben ugyanakkor a mindenkre érvényes korlátozó intézkedések nyomán magától értetődően osztoztak a különleges társadalmi helyzetű csoportok tagjaival. Az ok-okozati összefüggés tehát erős bizonyossággal kimutatható, a baj csak az – ahogy mondani szokás –, hogy mindez a járvány lecsengésével nem múlt el, nem állt vissza a korábbi állapot, a palackból kiengedett szellemet nem lehetett oda visszaszorítani.

Ha tehát ma végezzük el ugyanazoknak a műsoroknak a tartalomelemzését, akkor arra az eredményre jutunk, hogy radikálisan megváltoztak, tulajdonképpen megfordultak a korábbi arányok: immár a portrék teszik ki a tudósítások túlnyomó többségét, még az objektivitást vagy bizonyos távolságtartást feltételező eseménybeszámolókat is gyakran valamilyen személyes szűrőn keresztül dolgozzák fel.

Az extremitás iránti igény természetesen legkönnyebben a szereplőválasztásban érhető tetten. A szelekció során az extremitásnak a legkülönbözőbb fajtái, típusai, dimenziói jelennek meg abszolút érvénnyel, ebből is látszik, hogy maga az extremitás jelenti a legfőbb legitimációt ebben logikai rendszerben, legyen szó

- személyes élményről (veszteség; abortusz; baleset; halálközeli tapasztalat; testi, mentális vagy egzisztenciális hendikep; szenvedélybetegség stb.),
- személyes teljesítményről (vagyonhiány; szellemi vagy fizikai kiválóság; tudományos vagy művészeti teljesítmény), vagy
- határátlépésről (celebek; bűvészkedő államtitkár; mesterszakács; stand upos).

Az extremitásnak ez a kultusza, ami elárasztja a vallásos műsorokat, ugyanakkor kizárja a normalitást a közönség látóköréből, amivel magát a kereszténységet, a vallásos hitet is a maga kategóriájába utalja – csupa olyan ember jellemzőjévé teszi, aki „kilóg a sorból”, valami olyan tulajdonsággal, képességgel, illetve egzisztenciális helyzettel rendelkezik, ami lehetetlenné teszi, de legalábbis erősen megnehezíti a vele való azonosulást. Az extrém ugyanis lehet furcsa, irigylésre méltó vagy gyűlölt – de megerősítésre alkalmatlan.

4. A FELDOLGOZÁS MÓDJA

A téma- és szereplőválasztás mellett a *religiotainment* sajátos gondolkodásmódja a feldolgozás módszereiben, illetve technikai megoldásaiban is megjelenik.

A narratív struktúra esetében általános gyakorlat a beszélgetőtárs vagyis a riporter háttérbe szorítása, sőt teljes kiiktatása a filmekből. Ezzel monologikus jelleget kap a történetmondás, ami egyrészt erősíti a beszélő kompetenciájába és hitelességébe vetett nézői hitet, másrészt a tanúságtétel kiforrottságát, ami látszólag nem igényli a rásegítést, külső strukturálást – a spon-

taneitás benyomását adva. Ez a technika másrészt tagadja, pontosabban elfedi az egyébként magától értetődő, tudatos és koncepciózus szerkesztői beavatkozások alkalmazását.

Ugyancsak fontos narratív eljárás a „szituációba helyezés”, ami azt jelenti, hogy a szereplő(ke)t spontánnak és hétköznapiak tűnő helyzetekben beszéltetjük, ezzel is elfedni igyekezve a látottak megrendezetségét, egyszersmind a „hétköznapiság” hangulatát erősítve a mű kreált világában.

A képi világ tekintetében nagyon fontos eszköz, hogy a különböző plánok és mozgások révén a kamera az intim közelség, egyben a veszélytelen és észrevétlen nézői jelenlét olyan illúzióját teremti meg, amely igazából még a valós világban is lehetetlen sokszor. Ezek a filmek nagyon gyakran napjainkban már bárki számára hozzáférhető mobiliszközökkel készülnek, ami ugyancsak a realitás és a köznapiság illúzióját adja annak a nézőnek, aki valószínűleg maga is rendelkezik hasonló képalkotó kompetenciával (vö. Lakatos, 2001a; Lakatos, 2001b).

Jelentős szerep jut ugyanakkor a fény- és színviszonyok manipulációjának is. A sötétebb és világosabb képi világ, illetve ennek váltakozása sokszor szolgál a mondanivaló szubliminális erősítésére, ugyanígy a színek harsányabb vagy fakóbb beállítása, valamint a fekete-fehér technika alkalmazása (vö. Lakatos, 2001c). Ugyanez igaz a képsebesség gyorsítására, illetve lassítására, a kép élességével, illetve mélységével való játékra. Ezek az eszközök tulajdonképpen szavak nélkül mondják meg a nézőnek, hogy az éppen elhangzó szövegnek milyen jelentést, illetve értelmezést kell tulajdonítania, ami akár odáig elmehet, hogy hang nélkül is kikövetkeztethető a beszélő üzenete. Értelmi helyett tehát itt is az érzelmi azonosulás a cél.

Hang, zene, csend. Ezek az eszközök ugyancsak a megtervezett, hatásosnak szánt mondanivaló – preconcepció – szolgáltatásban állnak, sokszor fölébe is emelkedve a verbálisan elhangzó anyag jelentőségének. „A képen látható esemény hangja nagyon sokféle lehet attól függően, hogy a hangfelvétel készítője a felvételtől a véglegesítésig milyen szegmenseket részesít előnyben. Ugyanarról a hangeseményről sokféle felvétel készíthető” (Lakatos, 2001d) – és ezzel élnek is az alkotók.

Mindezek mellett nem feledkezhetünk meg az utómunka, azaz a kép- és hangvágás során rendelkezésre álló és bőségesen alkalmazott technikai lehetőségekről sem, amelyek az utólagos manipuláció és súlyozás (kiemelés, illetve háttérbe szorítás) célját szolgálják. Ide sorolhatjuk az ún. fedőképekkel való játékot, ami a montázs technikával önmagában, illetve az interjúképpel váltogatva is számos irányba viheti el a nézői élményt. A montázs lényegében ugyanis a néző gondolatainak és képzettársításainak mesterséges irányítása. Ha a montázs nem egyéb, mint különböző jelenetrészek rendetlen láncolata, akkor a néző nem ért meg (nem fogad magába) semmit. Ha azonban ráhangoljuk a cselekmény menetére vagy a gondolatok váltogatott folyamatára, akkor a történet – az alkotói szándék szerint – izgatja vagy megnyugtatja a nézőt (vö. Lakatos, 2000a; Lakatos, 2000b).

5. CELEBEK SZEREPELTETÉSE ÉS FELÉPÍTÉSE

A műfaji és tematikai hibridizáció, illetve az extremitás meghatározó jelenléte érhető tetten abban is, hogy a vallási tematikájú műsorokban egyre nagyobb teret kap a celebhasználat. Ma már ott tartunk ebben a tekintetben, hogy nem csupán a hírességek szerepeltetése, hanem újak

felépítése is megjelenik a szokásos és legitim műsorkészítői törekvések között (a sztár fogalmának változásához ld. Jenei, 2008 és Németh & Tóth, 2009).

A celebek hangsúlyos és meghökkentő szerepeltetésére jó példa az MTVA által gyártott *Jézus és...* című sorozat, amely egyébként abból a szempontból is figyelemre méltó, hogy – legalábbis – az első évad részei előre megírt forgatókönyv alapján készültek, miközben dokumentarista hitelességet tulajdonítottak maguknak. De visszatérve a celebhasználatra: az egész vállalkozás Mező Mihály, azaz Misi alakja köré épül, aki nem vallási személyiségként, hanem énekes-gitárosként, illetve különböző zenei tehetségkutató-versenyek zsűritagjaként szerzett népszerűséget. Ez a – korábban ismertetett felosztásban – „határátlépésként” értelmezhető megjelenés már csak azért is a nézettségnövelő celeblogika érvényesülése a vallásos műsorok világában, mivel a szereplő valós személyisége lényegtelen a produkció szempontjából, ő maga tetszőlegesen lecserélhető bárki más, hasonló státusú figurára, illetve már magának Mező Misinek a kiválasztása is tudatos *casting* eredménye.

A celebépítés immár ugyancsak megjelent a vallásos műsorok területén, amit egy másik MTVA-gyártásban készülő formátum, az *Agapé* című kerekasztalbeszélgetés-sorozat kapcsán tanulmányozhatunk. A hetente jelentkező produkció – bár eredeti koncepciójában ez nem fogalmazódott meg – hamar egy viszonylag szűk szereplői kör rotációjává vált, amely természetes módon hozta magával egyes személyiségek kiemelkedését a mezőnyből személyes képességeik, univerzális használhatóságuk és könnyen mozgósíthatóságuk révén.

Eddig tehát mondhatjuk, hogy csupán „természetes kiválasztódásról” van szó, amikor azonban azt látjuk, hogy ezekre a „sztárokra” szabva új formátumok jelennek meg a médiatérben (például podcastsorozat indul velük), illetve beindul a hozzájuk kapcsolódó sima és kereszt-promóció, valamint az egyéb műsorokban való szerepeltetés, továbbá megtörténik a média-személyiség virtuálisból a valós világba való átemelése a személyes találkozás lehetőségének megteremtése révén – egyértelművé válik a celebépítés logikájának működése a háttérben.

Az *Agapé* szereplői között több ilyen személyiséget felfedezhetünk, akik a rendszeres és több dimenzióban megjelenő együttműködés érdekében egyébként saját profiljukat is a másik oldal elvárásainak megfelelően alakítják, tehát a celeb személyiségekre jellemző virtualitás (a látszólagosság értelmében) ugyancsak tetten érhető náluk – a tudatos narratívaalakítás és a személyiség ilyenén megkettőzése immár a vallásos műsorok világában sem példa nélkül álló. A média használja a celebet, de természetesen a celeb is használja a médiát.

Egy rövid zárójel erejéig szeretnék megemlékezni ezen a ponton a papcelebekről is, akik ugyancsak a vallásos tematikájú műsorok, illetve médiumok révén építik fel saját magukat ebben az erőterben – ugyanakkor az ő esetükben immár ennek veszélyeivel is szembesülnünk lehetett és kellett a közelmúltban. Konkrét nevek, történetek említése nyilván nem szükséges.

6. ÚJ MŰFAJOK ÉS SZEREPEK

A *religiotainment* térhódítása nem hagyta érintetlenül a hivatalos egyházat, sőt a hierarchia legfelsőbb szintjeit sem. Az intézmények és a személyek egyaránt próbálnak helyt állni a „digitális kontinens” meghódításában, híven a Szentszék ebben a tárgyban megfogalmazott tanításához, illetve elvárásaihoz. Ennek alátámasztására szeretnék néhány jellemző példát bemutatni.

6.1. Képközpontúság

A 21. század kultúrája nyilvánvaló módon egyre erőteljesebben vizuális, amely elsősorban képek és szavak szintetikus egységével kommunikál (a téma alapos és részletes kifejtését adja Stöckl és mtsai, 2019). Ha rátekintünk az egyházi szervezetek közösségi oldalakon működő profiljaira, ennek megfelelően azt tapasztaljuk, hogy az ott elhelyezett üzenetek jelentős része – néha kizárólagos módon – erre a sémára épül. Egyes esetekben ez persze abból is adódhat, hogy kevés a tapasztalt digitálismédia-szakember ezeknél az intézményeknél, az ilyen jellegű posztoknak a készítése, illetve megosztása pedig lényegében semmilyen, az internetes világra jellemző veszéllyel nem jár, azaz biztonsági játéknak minősíthető.

6.2 Szelfik és Insta-stílus

Az „önfotók” készítése egyáltalán nem újkeletű dolog, már a fényképezés történetének kezdetén megjelenik. Az első „szelfi” – ismereteink szerint – az amerikai Robert Cornelius csinálta 1839-ben. Napjaink digitális technológiája kimondottan kedvez a műfajnak, egyes közösségi oldalak mindennapos rutinná tették az ilyen képek közzétételét felhasználóik számára, korosztálytól függetlenül (Fehér, 2014).

„A kutatások szerint a szelfik egyik fontos funkciója azok dokumentarista jellege. Sokan élettörténetüket írják meg e képek segítségével, ami így akár memóriánk kiterjesztésének is felfogható – tulajdonképpen azt rögzíti, hogyan szeretnénk visszatekinteni az életünkre. Mindezzel valójában önmagunkra reflektálunk, önmagunkat szeretnénk jobban megismerni. Mások szerint a szelfi épp az ellenkező oldalról közelíthető meg és értelmezhető – a hangsúly nem önmagunkon van, hanem a többiekén, vagyis a szelfi leginkább másoknak szól. Funkciója lehet például elfogadottságunk vagy népszerűségünk tesztelése.” (Ujhelyi, 2015)

Egy biztos: „a szelfi ma már nem egyszerűen a hiúság jele, hanem újfajta kommunikációs eszköz vizuális kultúránkban, mely különböző üzeneteket kíván eljuttatni különböző személyeknek, csoportoknak vagy akár társadalmaknak.” (Ujhelyi, 2015) Az egyházi szereplők megjelenése a műfajban ugyanebbe az elgondolásba illeszkedik, illetve a fiatalok elérésének szándéka motiválja, akik a Facebookot már öregesnek tartják, ottani jelenlétük drasztikusan csökken (miközben Ferenc pápa egyébként a „szelfikultúra” veszélyeire is figyelmeztet, ld. Esteves, 2018).

6.3. YouTube-jelenlét és TikTok-videók

Az elmúlt időszak talán legnagyobb szabású vállalkozása volt a magyarországi katolikus egyház részéről a „Nekem az egyház” elnevezésű kampány, amely – ahogy mondani szokás – minden fronton támadott, majd gyakorlatilag egy hónap után csendben kimúlt (Trautwein, 2024). Ennek okait hosszan lehetne magyarázni, de a lényeg, hogy a videómegosztó oldalakon is megjelent a hivatalos katolikus tartalom, az más kérdés, hogy mennyire korszerű, illetve a megcélzott közönség ízléséhez illeszkedő módon.

Első pillantásra ennél sikeresebbnek tűnnek a TikTok platformjára felkerült anyagok, amelyek elérésben, illetve a lájkok számában is jobb eredményeket hoznak, bár büszkélkedésre továbbra sincs okuk a készítőknél (vö. „Elindult...”, 2022). Az új műfajok sikeres művelése természetesen hosszabb intézményi tanulási folyamatot igényel, illetve számba kell vennünk magának a struktúrának az ellenállását is a modernizációval szemben. Ami még a magyar, illet-

ve a nemzetközi trendek közötti különbségek közül feltétlenül említésre méltó, hogy az influenszer szerepben való megjelenés nálunk nem jellemző, és azoknak az egyházi státusból való távozása, akiknek a nevéhez fűződnek az eddigi látványosabb sikerek, nyilván jó ideig még akadályozni is fogja az esetleges újabb próbálkozásokat.

6.4. Eseménykommunikáció

Végezetül egy – remélhetőleg – minden tekintetben pozitív, egyben sikeres példát szeretnék bemutatni: a 2025-ös jubileumi szentév kabalafiguráját. Azt ugyanis már régóta látjuk, hogy különböző világi események, például sportversenyek rendezői azok markáns és persze pénzügyi haszonnal kecsegtető megjelenítésére szerencsés vagy kevésbé szerencsés vizuális adottságú szereplőket kreálnak, egyházi alkalmak esetében eddig ez azonban nem volt szokás. A hivatalos énekekhez vagy himnuszokhoz már hozzászokhattunk – gondoljunk csak az 1938-as budapesti eucharisztikus kongresszus *Győzelemről énekeljen* kezdetű dallamára, amit 2021-ben sem sikerült újabbra cserélni (Körössy, 2021), más szempontból egyébként jellemző módon –, illetve az utóbbi időben a mottók és a logók is mindennapossá váltak például egy-egy pápai utazáshoz kapcsolódva, de a kabala mindenképpen meglepő és bátor újítás.

A 2025-ös szentév figuráját, Lucét október végén Rino Fisichella érsek mutatta be a Vatikánban, sajtótájékoztató keretében. „A Simone Legno illusztrátor által tervezett alak azzal a szándékkal született, hogy a fiatalok által annyira kedvelt popkultúrát tükrözze, és a remény, a befogadás üzenetét hordozza. Luce zarándoklány, aki az utazók jellegzetes kiegészítőit viseli: sárga esőkabátot, amely védelmet nyújt az időjárás ellen, sáros csizmát, amely a már megtett útról tanúskodik, missziós keresztet a nyakában és zarándokbotot. Különösen sokatmondó Luce ragyogóan fénylő szeme: a minden zarándok szívében megszülető reményt szimbolizálja, megtestesíti a spiritualitás és az istenivel való kapcsolat iránti vágyat, a béke és testvériség egyetemes üzenetére emlékeztet. A kabalafigura nemcsak a szentévet képviseli, hanem a közösség, a befogadás és a megosztás szimbóluma is” („Bemutatták...”, 2024) – a megrendelő, illetve a tervező szándéka szerint.

Ami még közös az eddig felsorakoztatott témákban és megállapításokban, hogy kivétel nélkül alkalmasak, sőt arra predesztináltak, hogy hozzájáruljanak a célközönség, a médiafogyasztók valóságbuborékba zárásához (vö. Mátó, 2024). Ennek a sokszor használt kifejezésnek a jelentése röviden annyi, hogy a világ sokkal több annál, mint amennyit látunk belőle, főleg abban az esetben, ha a hozzánk eljutó információkat olyan algoritmusok szűrik, amelyek kimondottan saját preferenciáinkhoz igazítják azokat, gondosan elhagyva a nekik ellentmondókat, de legalábbis velük szemben kétséget ébresztőket.

7. AZ ELBULVÁROSODÁS KÖVETKEZMÉNYEI

Ez a fajta mediatizált egyház hajlamos a valóság eltorzítására, vagy ahogyan metaforikusan mondani szokták: meghajlítására, illetve visszhangkamra építésére. A negatívumok negligálása, az egyoldalúan pozitív tartalmak súlykolása a manipulatív hatalomgyakorlás melegágya. A fekete-fehér – hogy ne mondjam: ellenség-barát – felosztása a világnak nem csupán az egyén mentális egészségét károsítja, hanem lehetetlenné teszi a perifériák felfedezését és a dialógust –

ezzel pedig máris elérkeztünk a jelenség egyáltalán nem szívderítő következményeinek vizsgálatához.

Teológiai, egészen pontosan ekkleziológiai szempontból azt kell látnunk, hogy az egyház alaptermészete szenved súlyos károsodást. Ferenc pápa ugyanis így fogalmaz annak hivatásáról: „Az evangelizáció magában foglalja a párbeszéd útját is. Az Egyház számára most a párbeszédnek három különleges területe van, amelyeken jelen kell lennie, hogy szolgálja az ember teljes fejlődését és a közjót: az államokkal, a társadalommal – beleértve a kultúrákat és a tudományokat is – és azokkal a hívőkkel, akik nem tartoznak a Katolikus Egyházhoz.” (Ferenc pápa, 2014: 238) Amikor a keresztények saját visszhangkamrájukba zárkoznak, Krisztustól kapott küldetésükről mondanak le.

Ferenc pápa fontos kijelentést tesz a megfelelő sorrendről is ebben a munkában: „Ebben a mindig tiszteletteljes és udvarias ígahirdetésben az első mozzanat a személyes párbeszéd, melyben a másik kifejezi és megosztja örömeit, reményeit, aggodalmait szereteteiért és sok egyéb dolgot, ami betölti a szívét. Csak e beszélgetés után lehet bemutatni az ígét (...) Olyan üzenet ez, amelyet alázatos és tanúságtevő, mindig tanulékony magatartással osztanak meg, annak a tudatában, hogy az oly gazdag és mély, hogy mindig felülmúl bennünket.” (Ferenc pápa, 2014: 128)

A közvetlen, személyes kapcsolódáson túl az intézményes párbeszéd legalább olyan fontos: „Abból következően, hogy nem elegendő az evangelizáló féltő gondja minden személy elérésére, és az evangéliumot a kultúráknak a maguk egészében is hirdetik, a teológia – nem csak a lelkipásztori teológia –, amely párbeszédben áll a többi tudománnyal és az emberi tapasztalatokkal, új fontosságot kap annak a terén, hogy elgondoljuk: miként juttatható el az evangélium ajánlattétele a kulturális szövegkörnyezetek és a címzettek sokféleségéhez.” (Ferenc pápa, 2014: 133)

Ferenc pápa a templomi homíliával összefüggésben fogalmazza meg a dialógus lényegét: „A párbeszéd sokkal több, mint egy igazság közlése: a beszélgetés kedvéért, egy konkrét jó érdekében zajlik, melyet azok közölnek egymással, akik a szavak által szeretik egymást. Olyan jó ez, mely nem dolgokban áll, hanem magukban a személyekben, akik kölcsönösen önmagukat ajándékozzák oda a párbeszédben. A pusztán erkölcsi vagy oktató prédikáció, és az is, amelyik exegézis-órává válik, megcsönkítja ezt a szívek közötti kommunikációt, mely jelen van a homíliában, s melynek szinte szentségi jellegűnek kell lennie: »A hit tehát hallásból fakad, a hallás pedig Krisztus tanításából« (Róm 10,17).” (Ferenc pápa, 2014: 142)

A legélesebb figyelmeztetést ugyanebben a dokumentumban olvashatjuk, ezekkel a szavakkal: „Kétpólusú feszültség van az eszme és a valóság között is. A valóság egyszerűen van, az eszmét kidolgozzuk. A kettő között állandó párbeszédnek kell folynia, annak elkerülésére, hogy végül az eszme el ne szakadjon a valóságtól. Veszedelemes dolog az üres szavak, képek és gondolatmenetek világában élni. Innen fakad a harmadik elv szükségessége: a valóság több az eszménél. Ez magában foglalja a valóság elrejtése különböző formáinak elkerülését: az angyaliasított tisztaság-elveket, a viszonylagos totalitarizmusát, a deklaráló nominalizmusokat, az inkább formális mint reális terveket, a történelemellenes fundamentalizmusokat, a jóság nélküli etikai rendszereket, a bölcsesség nélküli intellektualizmusokat.” (Ferenc pápa, 2014: 231)

Kommunikációs szempontból azért kontraproduktív ez a logika, mert kizárja annak lehetőségét, hogy az egyház tartalmi HUB-ként működjön, helyette az egyforma tartalom sokszoro-

zásának hatástalan, egyben forráspazarló útját járja. Úgy kell ezt elképzelnünk vizuálisan, mint „eleinte tekintélyes szánkódombok halmait, amelyeket azonban végül homokozóvá apaszt és morzsol az idő”. A jó HUB azonban olyan, mint „egy hegységrendszer: középen a legmagasabb csúcs, körülötte az altémák csúcsai” (Tóth-Czere, 2021).

„Ahogy a Google egyre intelligensebb lesz, az algoritmusok egyre kevésbé koncentrálnak a kulcsszavakra, és inkább a témákra és a jelentéstartalomra fókuszálnak. Ez az úgynevezett szemantikus keresés, a HUB-ok pedig sokkal jobban megfelelnek az új irányvonalnak, mint a korábbi metódusok. (...) A tartalmi központok kulcsfontosságúak a figyelem elnyerésére és megtartására egy szélesebb, de zsúfolt, versenytársakkal teli piacon, és a szűkebb, de információban gazdag saját kommunikációs portfólión belül is. (...) A tartalmi HUB azért tud működni, mert struktúrája van: széles alap a magasra emelkedő központ körül.” (Tóth-Czere, 2021) Bár ezúttal technikai irányból közelítettem a kérdéshez, feltétlenül hangsúlyozni szeretném, hogy mindez tartalmi szempontból is létfontosságú: a „piacot” szegmentálni kell, az információtengerben a személyre szabott üzenet jelenti a mentőövet (vö. Nagy, 2023).

Intézményi tekintetben azt látjuk, hogy a mediatizációs folyamat egyre inkább együtt jár a függetlenség csökkenésével, keményebben fogalmazva, a kiszolgáltatottság fokozódásával eltérő értékrendű szervezeteknek, illetve más célt szolgáló logikáknak. Napjainkban ugyanis a számok egyértelműen azt jelzik: a magyarországi katolikus egyház saját kommunikációja a töredékét sem hozza annak az elérésnek, amit az közmédia keretei között készülő ugyanezen tematikájú műsorok. „Kis pénz kis foci, nagy pénz nagy foci” – idézhetnénk a klasszikust, meg persze a szakértelemről is mondhatnánk néhány keresetlen szót. Első ránézésre annyi látszik, hogy tulajdonképpen ez tiszta nyereség az egyház számára, hiszen ingyen és bérmentve kap a saját maga által előállítottnál jobb számokat produkáló tartalmat. Amit azonban a réven nyer, elveszíti a vámon, hiszen értelemszerűen a média logikája alapvetően más, mint az övé: az etikai dimenzió például erős korlátok között jelenik meg benne, a célok tételezése pedig nem tőle függ, hanem attól, aki a cseht állja. A bulvárlogika érvényesülése, illetve a *telosz* különbsége az egyház és a szóban forgó produkciók finanszírozója között arra vezet, hogy egyre jobban erősíti a vallás szubkulturális státusát – csupán egy olyan kisebb társadalmi csoport lesz a sok körül, amely értékeiben, normáiban jelentősen eltér a többség kultúrájától.

A *kisebb* pedig tényleg egyre kisebb, amit a statisztikai adatok is alátámasztanak. „Az ország népességéhez viszonyítva 2022-ben a katolikusok aránya 30%, amely 2011-ben 39, míg 2001-ben még 54,6% volt. 151 olyan település van, ahol a katolikusok száma a 2011-es értékhez viszonyítva növekedett (...) Emellett ugyanebben az időszakban nagyságrendileg 200 településen a katolikusok száma több mint 50%-kal csökkent, 1764 esetében 25 és 50% közötti, míg a fennmaradó településeken 25%-nál kisebb volt a visszaesés.” (Tóth, 2024: 30) Mindez úgy, hogy közben a nem vallásosok aránya alig növekedett az elmúlt 20 évben: 14,5-ről indulva mindössze 16,1 százalékig emelkedett. A népszámlálások eredményei ugyanis az egyházakra, felekezetekre vonatkozó kérdés egyre csökkenő megválaszolási arányát mutatják. 2001-ben még csak a népesség 10,8 százaléka, 2022-ben azonban már 40,1 százaléka nem válaszolt a vallásra vonatkozó kérdésre – tehát nem a vallásosság, hanem az egyházhoz tartozás aránya csökkent drámaian, ami álláspontom szerint az írásom korábbi részében vázolt átalakulással is magyarázható (a nemzetközi összevetéshez jól használható Hackett & McClendon, 2017; illetve külön a fiatalok vonatkozásában Bullivant, 2018).

„Az emelkedő arányú istenhit nagyjából nem egy Istenbe, mint konkrét személybe vetett hitet jelent – ami összhangban állna a zsidó-keresztény tanokkal –, hanem valamiféle magasabb rendű szellembe vagy létezőbe vetettet” – rögzíti nemzetközi kutatási adatok alapján a *Társadalmi Riport* (Máté-Tóth & Rosta, 2022: 460). Ebből is az az elsőre meglepő ellentmondás következik, amit jeleztünk: „miközben az istenhívők száma nő, ez a növekedés szinte egyáltalán nem csatornázódik be az egyházakba.” (Kolozsi, 2023) A számok ebben elég egyértelműek: „ma többen hisznek Istenben, de kevesebben járnak templomba” (Kolozsi, 2023), és akik még járnak, azok is egyrészt válogatnak a tanokban, illetve az egyházra mint valamiféle sajátos szolgáltató vállalkozásra tekintenek. „A kereszténység ebben az összefüggésben nem vallásgyakorlás vagy áhítat, hanem alternatíva a hanyatló, liberális »Nyugattal« szemben” (Máté-Tóth & Rosta, 2022: 470), egy bizonyos politikai irányultság megkülönböztető brandje, a „mi” és az „ők” közötti határhúzásának eszköze. Mi más ez, mint a kommunikáció csődje...?

8. A JÖVŐ LEHETSÉGES FORGATÓKÖNYVEI

Írásom utolsó részében azt szeretném felvázolni, milyen forgatókönyvek képzelhetők el a jövőben azoknak a tendenciáknak a következményeként, amelyekről az eddigiekben adtunk számot. Ami történhet: az abszorpció vagy feloldódás; az izoláció vagy elkülönülés; illetve a multiplikáció vagy megsokszorozódás.

Amennyiben a jelenlegi irányban haladunk tovább, az előbb-utóbb elhozza a mediatisáció teljessé és véglegessé válását. A vallási tematika a szórakoztatás célkitűzését és műfaji jegyeit veszi magára, ami együtt jár az általános médiában való helyfoglalásával, egyben feloldódásával. Ennek látható jele, hogy immár a korábbi dedikált időszávból (vasárnap délelőtt) a műsorok átkerültek hétköznapra és főműsoridőbe. A kitüntetett pozíció azonban kényszerűen együtt kell járjon a tartalom és a forma átalakulásával: a mondanivaló leegyszerűsödésével, szlogenszerűvé válásával, az összetettebb gondolati tartalmak eltűnésével, a súlykolással, illetve a vulgárpeszichológiával, a spiritualizmus, a keresztény coachinggal, New Age-es gurukkal stb. egyik oldalról, másrészt a szórakoztató műsorokkal való hibridizációval (pl. talkshow, zenei műsorok, vacsora mint keret – vö. Agapé és Kepes-féle Desszert). Ez az amerikai neoprotestáns televíziózás, illetve tartalomgyártás útja.

A második lehetőség, hogy a vallásos médiatartalmak, illetve médiumok önmagukba záródnak, folyamatos defenzívába szorulnak, amelynek végpontja a teljes megszűnés, párhuzamosan az egyház visszaszorulásával, vö. katakombaegyház mint jövőkép XVI. Benedektől. Lássuk a számokat: „a magyar fiatalok 26 százaléka vallotta magát katolikusnak, 6 százaléuk pedig protestánsnak, ehhez képest csak 3 százaléuk jár legalább hetente templomba, és 16 százaléuk imádkozik legalább egyszer egy héten” (Bodnár, 2019) – ez a közösség nem tud fönntartani, de valószínűleg nem is igényli az egyházi médiát, ekkleziológiája más. Ez a fejlemény egyébként összhangban lenne azokkal a modellekkel, amelyeket a 21. századra jósolnak a tudósok: ezek a folyékony, az egyház mint város és a nyílt forráskódú egyház elképzelései. Az első a megosztásra épülő működést hangsúlyozza; a második szerint sok-sok kisebb vagy nagyobb fényes pontot köt össze az egyház, ám ezek nem is feltétlenül állnak kapcsolatban egymással; a harmadik pedig a decentralizáltságot és az együttműködést egyszerre hangsúlyozza, miközben a hívek azo-

nos státusát tételezi. Intézményi, központosított, hierarchikus, hatalmi kommunikáció helyett tehát a kisebb hatókörű, egyéni kezdeményezések világa ez, ugyanakkor világos befelé fordulással.

A rossz forgatókönyvek után végül következnek az optimista verzió. Ennek párhuzamát a 15–16. század technikai, kulturális és vallási forradalmában fedezhetjük fel. Miként a gyors és viszonylag olcsó könyvnyomtatás technikájának felfedezése Európában korszakváltást hozott az információtechnológia területén, hatását tekintve ahhoz hasonlítható a számítógép megalkotása és elterjedése, illetve annak nyomán a hálózatok által összekapcsolt világ kialakulása. És ahogyan Gutenberg találmánya lehetővé tette Luther Márton német nyelvű szentírásfordításának tanulmányozását a tágabb olvasóközönség számára, együtt a reformátor más íásaival, nagyban elősegítve ezzel a reformáció terjedését (vö. Horváth, 2017), úgy a digitalitás is robbanásszerű információbőszéget, a hozzáférés egyszerűsödését, illetve a folyamatokban való, eddiginél aktívabb és nagyobb befolyással bíró részvétel lehetőségét hozta magával. A vallási tartalmak esetében is olyan új technológiák és platformok megjelenésére kell számítanunk, amelyekről most még elképzelésünk sem lehet – gondoljunk a mesterséges intelligenciával kapcsolatos beláthatatlan távlatokra. Ebben az esetben újra olyan széles körben kerülhetnek terítésre, ami a hittel kapcsolatos kérdéseket ismét a közgondolkodás fókuszába tudja állítani.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Bemutatták a 2025-ös szentév kabalafiguráját. (2024. október 31.). *Magyar Kurír*. <https://www.magyarKurir.hu/hirek/bemutattak-2025-os-szentev-kabalafigurajat>
- Bodnár, Zs. (2019). A statisztikák szerint Európában csökken a keresztények száma, mégis virágzik a vallásbiznisz. *Qubit*. <https://qubit.hu/2019/10/25/a-statisztikak-szerint-europaban-csokken-a-keresztenyek-szama-megis-viragzik-a-vallasbiznisz>
- Bullivant, S. (2018). *Europe's Young Adults and Religion. Findings from the European Social Survey (2014–16) to inform the 2018 Synod of Bishops*. Benedict XVI Centre for Religion and Society. <https://www.stmarys.ac.uk/research/centres/benedict-xvi/docs/2018-mar-europe-young-people-report-eng.pdf>
- Császi, L. (2001). A rituális kommunikáció neodurkheimi elmélete és a média. *Szociológiai Szemle*, 11(2), 3–15. https://epa.oszk.hu/05000/05067/00037/pdf/EPA05067_szoc_szemle_2001_02_003-015.pdf
- Császi, L. (2002). *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Császi, L. (2008). Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató* 9(3). https://mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/07_mediakutatas_forradalom/
- Duncan, H. (1968). *Symbols in Society*. Oxford University Press.
- Eco, U. (1992). Már nem átlátszó a képernyő. In Uő., *Az új középkor* (76–109. o.). Európa.
- Elindult a Magyar Katolikus Egyház Instagram- és TikTok-oldala. (2022. november 28.) *Magyar Kurír*. <https://www.magyarKurir.hu/hirek/elindult-magyar-katolikus-egyhazi-instagram-es-tiktok-oldala>

- Esteves, J. A. (2018. május 15.) 'Selfie' culture leads to alienation, departure from reality, pope says. *National Catholic Reporter*. <https://www.ncronline.org/vatican/francis-comic-strip/francis-chronicles/selfie-culture-leads-alienation-departure-reality>
- Fehér, K. (2014). Selfie és ussie: reputáció, kontroll, digitális identitás. In Hetesi, E. & Révész, B. (szerk.), „Marketing megújulás” – *Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája előadásai* (29–37). SZTE Gazdaságtudományi Kar.
- Ferenc pápa. (2014). *Evangelii Gaudium*. Szent István Társulat. <https://regi.katolikus.hu/konyvtar.php?h=451>
- Hackett, C., & McClendon, D. (2017). *Christians remain world's largest religious group, but they are declining in Europe*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2017/04/05/christians-remain-worlds-largest-religious-group-but-they-are-declining-in-europe/>
- Horváth, G. (2017). Luther bibliafordítása(i) és hatása az újfelnémet nyelv kialakulására. *Credo*, 23(3/4), 91–105. https://epa.oszk.hu/02300/02357/00055/pdf/EPA02357_credo_2017_3-4_091-105.pdf
- Jenei, Á. (2005). Kereskedelmi televízió és demokrácia. *Médiakutató* 6(3). https://mediakutato.hu/cikk/2005_03_osz/01_kereskedelmi/
- Jenei, Á. (2008). A sztár változó fogalma. Buda Bélával, György Péterrel és Ómolnár Miklóssal Jenei Ágnes beszélget. *Médiakutató* 9(1). https://mediakutato.hu/cikk/2008_01_tavaszi/01_a_sztar_valtozo_fogalma/
- Kolozsi, Á. (2023). A többség hisz Istenben, de templomba már sokkal kevesebben járnak Magyarországon. *G7*. <https://g7.hu/adat/20230101/a-tobbseg-hisz-istenben-de-templomba-mar-sokkal-kevesebben-jarnak-magyarorszagon/>
- Koncz, A. (2020). *Communicare necesse est. A katolikus egyház kommunikációs tanítása és gyakorlata a kezdetektől a modern technológia koráig*. Szent István Társulat – Verbum Kiadó.
- Körössy, L. (2021. június 14.) Bemutatták a NEK himnuszát, imázsfilmjét és a világrendezvény tizenkét hírnökét. *Magyar Kurír*. <https://www.magyarKurir.hu/hirek/bemutattak-nek-himnusz-at-imazsfilmjet-es-vilagrendezveny-tizenket-hirnoket>
- Lakatos, R. (2000a). A rövidfilm és a montázs. *Filmtett*, 1(5), 23–26. <https://filmtett.ro/cikk/1530/filmiskola-a-rovidfilm-es-a-montazs>
- Lakatos, R. (2000b). A montázs. Második rész. *Filmtett*, 1(6), 26–28. <https://filmtett.ro/cikk/523/filmiskola-a-montazs-ii-resz>
- Lakatos, R. (2001a). Plánok, látószögek, nézőpontok. *Filmtett* 2(7), 26–30. <https://filmtett.ro/cikk/532/filmiskola-planok-latoszokek-nezopontok-technikai-kifejezeseszkozok-1>
- Lakatos, R. (2001b). A kameramozgás. *Filmtett* 2(8/9), 35–38. <https://filmtett.ro/cikk/590/filmiskola-a-kameramozgas-technikai-kifejezeseszkozok-2>
- Lakatos, R. (2001c). A megvilágítással kapcsolatos esztétikai alapfogalmak. *Filmtett* 2(10), 31–34. <https://filmtett.ro/cikk/648/filmiskola-a-megvilagitassal-kapcsolatos-esztetikai-alapfogalmak-technikai-kifejezeseszkozok-3>
- Lakatos, R. (2001d). A hang használatáról a filmben. *Filmtett* 2(11), 31–34. <https://filmtett.ro/cikk/1420/filmiskola-a-hang-hasznalatarol-a-filmben-technikai-kifejezeseszkozok-4>
- Máté-Tóth, A., Rosta, G. (2022). Vallási riport, 1991–2022. Magyarországi trendek nemzetközi összehasonlításban. In T. Kolosi, I. Szelényi, & I. Gy. Tóth (szerk.), *Társadalmi Riport*

- 2022 (457–472. o.). TÁRKI. https://tarki.hu/sites/default/files/2022-12/457_472TRIP2022_MateTothRosta.pdf
- Mátó, Á. (2024). Hogyan kellene használnom az okostelefonomat? Morális kötelesség és okoseszköz viszonyáról etikatanárok szemével. *Új köznevelés*, 80(7/8), 29–31.
- Metz, J. B. (2008). *Memoria passionis. Veszélyes emlékezet a pluralista társadalomban*. Vigilia.
- Nagy, L. (2023). *Piacszegmentálás. Hogyan igazítsd üzeneteidet célközönséged egyes csoportjaihoz?* <https://360-marketing.hu/blog/piacszegmentalas-jelentesel/>
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2024). *Generációk médiahasználata 2024 első negyedévében*. https://nmhh.hu/cikk/247908/Generaciok_mediahasznalata_2024_elso_negyed-eveben
- Németh, T. M., & Tóth, P. (2009). A celebek szerepe. Síklaki Istvánnal, Horányi Özsébbel és Karácsony Andrással Németh Tibor Máté és Tóth Péter beszélget. *Médiakutató* 10(2). https://mediakutato.hu/cikk/2009_02_nyar/07_celebek_szerepe/
- Pápai, J. (2007). Áll az alku, avagy a televíziós műfajhatárok összemosódásáról. *Médiakutató* 8(4). https://mediakutato.hu/cikk/2007_04_tel/04_mufajhatarok_osszemosodasa
- Stöckl, H., Caple, H., & Plaeging, J. (2020). *Shifts towards Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices*. Routledge.
- Szabó, L. (2010). A liturgia, az egyházi rítusok, a szimbolikus funkciók és a tömegkommunikáció kapcsolata. *Médiakutató* 11(3). https://mediakutato.hu/cikk/2010_03_osz/06_liturgia_ritus_tomegkommunikacio
- Tóth, G. (2024). *A népszámlálások vallási adatainak eredményei térképeken. Térstatistikai elemzés*. Központi Statisztikai Hivatal. https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/nepszamlalas_vallas.pdf
- Tóth-Czere, P. (2021). *Tartalmi HUB készítése, avagy fűzd össze a tartalmadat*. <https://www.whitepress.com/hu/tudasbazis/690/tartalmi-hub-keszítése-avagy-fuzd-össze-a-tartalmadat>
- Trautwein, É. (2024. február 26.). Neked mi az Egyház? – Egyetemisták tették fel katolikus intézményekben kérdéseiket. *Magyar Kurír*. <https://www.magyardurir.hu/hirek/neked-mi-az-egyhaz-egyetemistak-tettek-fel-katolikus-intezmenyekben-kerdeseket>
- Ujhelyi, A. (2015). A selfie pszichológiai kérdései. *Mindennapi pszichológia* 7(4), 46–49.

Elekes István¹ – Dániel Botond²

A keresztény hit hatása a vállalkozás filozófiájára és szervezeti gyakorlatára: vállalkozói narratívák Hargita megyéből

„A keresztény szellemiségű cégek nemcsak haszontermelésre vállalkoznak, hanem a közjó megvalósítására is, amelybe beletartozik a foglalkoztatás fellendítése, a szolidaritás és az adózás.” (Héjj Tibor)

Kivonat

A tanulmány tizenkét Hargita megyei keresztény vállalkozó narratíváján keresztül vizsgálja, hogy a vallásos meggyőződés miként hat a vállalkozások jövőképre, küldetésére, értékrendjére és működésére. A kvalitatív kutatás célja annak feltárása, hogyan jelennek meg a keresztény hitből fakadó elvek a szervezeti gyakorlatban. A félig strukturált interjúk alapján készült elemzés külön figyelmet fordít a vezetői szerepekre, a szervezeti kommunikációra, a munkatársak közötti kapcsolatokra, valamint a konfliktuskezelési és bérezési gyakorlatokra.

Az eredmények azt mutatják, hogy bár a keresztény értékek hangsúlyosan jelen vannak a vállalkozók narratíváiban, ezek intézményesülése, illetve strukturált beépülése a szervezeti működésbe többnyire elmarad. A menedzsmentgyakorlatok döntően pragmatikusak, és csak ritka esetben tükröznék tudatosan alkalmazott keresztény menedzsmentmodelleket.

A keresztény értékek így jellemzően a közösségépítés, az etikus üzletvitel és a szolgáló vezetés mindennapi gyakorlatában öltenek testet.

A tanulmány a vallás és a vállalkozás közötti kapcsolat empirikus feltáráshoz járul hozzá egy kelet-közép-európai, többfelekezetű kontextusban.

Kulcsszavak: keresztény vállalkozás, szervezeti kultúra, szolgáló vezetés, etikus üzletvitel, Hargita megye, kvalitatív kutatás

Abstract. How Does a Christian Entrepreneur's Faith Influence Business Philosophy and Practice? A Narrative-Based Business Study in Harghita County

This study examines how religious beliefs influence the vision, mission, values, and organizational practices of businesses led by twelve Christian entrepreneurs in Harghita County, Romania. The aim of the qualitative research is to explore how principles derived from Christian faith are reflected in organizational life. Based on semi-structured interviews, the analysis focuses on leadership roles, internal communication, interpersonal relationships, conflict resolution, and compensation practices.

1 Tudományos kutató, Reziliencia 21 Intézet. E-mail: elekes.istvan@r21.ro

2 Szociológus, egyetemi oktató, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Szociológia és Szociális Munka Kar; Intézetvezető, Reziliencia 21 Intézet. E-mail: botond.daniel@ubbcluj.ro

Findings reveal that although Christian values are strongly emphasized in the entrepreneurs' narratives, their institutionalization and structured integration into organizational operations are generally lacking. Management practices are predominantly pragmatic and rarely reflect consciously applied Christian management models.

As such, Christian principles primarily manifest in everyday practices of community building, ethical business conduct, and servant leadership. The study contributes to the empirical understanding of the relationship between religion and entrepreneurship in a multi-denominational Central and Eastern European context.

Keywords: Christian entrepreneurship, organizational culture, servant leadership, ethical business, Harghita County, qualitative research

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Elekes, I., & Dániel, B. (2025). A keresztyén hit hatása a vállalkozás filozófiájára és szervezeti gyakorlatára: Vállalkozói narratívák Hargita megyéből. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 111–135. <https://doi.org/10.17177/77171.312>

BEVEZETŐ

A 21. század gazdasági és társadalmi környezetét összetett kihívások jellemzik. A globalizáció, valamint a tudományos-technológiai fejlődés nyomán ugyan számos előrelépés történt az egészséges és biztonságos életfeltételek elérésében, a társadalmi és gazdasági egyenlőtlenségek továbbra is fennállnak. Napjainkban a vállalatok működését egyre inkább meghatározzák a fenntarthatóság és a társadalmi felelősségvállalás iránti elvárások. A fenntartható fejlődés irányába történő elmozdulás megköveteli a vállalatvezetőktől, hogy átfogó és felelős szemléletmóddal közelítsenek döntéseikhez.

Az utóbbi években a keresztyén felekezetek által szervezett vállalkozói események és vezetőképzések fontos szereplőivé váltak ennek a diskurzusnak. Székelyföldön is megfigyelhető, hogy a helyi vállalkozók egy része aktív résztvevője ezeknek a közösségi és szakmai programoknak, ahol gyakran merülnek fel társadalmi problémák és azok hitalapú megközelítései.

Személyes találkozásaink keresztyén vállalkozókkal arra a megfigyelésre vezettek, hogy vállalkozásaik működésében egyfajta sajátos, egyedi szemlélet érvényesül. Ez a tapasztalat indította el bennünk a kutatói kérdést: hogyan hat a keresztyén vállalkozó hite a vállalkozása filozófiájára és gyakorlati működésére?

A „keresztyén vállalkozó” fogalmát három kritérium mentén definiáltuk. Az első a vállalkozás tulajdonosának önmeghatározása, a második az aktív egyházi jelenléte (lelkiségi csoportok, házi gyülekezetek tagja, és aktív szerepet vállal az egyház életében, gondnok, presbiter, egyháztanácsos), harmadikként a keresztyén vállalkozói közösségekhez való kapcsolódása (vállalkozói csoport tagja vagy keresztyén vezetőképzések résztvevője).

A jelen tanulmány egy nagyobb kvalitatív vizsgálat részeredményeit mutatja be. A kutatás során félig strukturált interjúk segítségével négy tematikus egységben vizsgáltuk a Hargita megyei keresztyén vállalkozók hitének és vállalkozói gyakorlatának kapcsolódásait. Az első interjúcsoport a vállalkozók személyes élettörténetére, motivációira, hitéletére és vezetői önértelmezésére

re fókuszált, a második és harmadik interjútömb kifejezetten a vállalkozások filozófiájára, szervezeti működésére és mindennapi vezetési gyakorlatára, a negyedik részben pedig a keresztény vállalkozói identitás reflexív feldolgozása zajlott.

Az első interjútömb feldolgozásából származó eredmények rámutatnak, hogy a keresztény vállalkozók motivációiban és önértelmezésében hangsúlyosan jelennek meg vallási szempontok: a „szolgálatként” megélt vállalkozói tevékenység, a közösségépítés, valamint a személyes felelősségvállalás és lelki vezetői szerepvállalás. A keresztény vállalkozói identitás kulcseleme az isteni elhívás tudata, az emberi méltóság tisztelete és a közjó szolgálata. Több válaszadó kifejezetten Isten akarátának keresésében látja vállalkozói küldetését, és vezetői szerepét is gyakran tekinti hivatásként. Ezzel szemben ugyanakkor a jelen tanulmányban részletesen bemutatott szervezeti és működési gyakorlatokban (második és harmadik tömb) ezek a vallási inspirációk kevésbé jelennek meg formálisan intézményesült keresztény modellek formájában. Ez a különbség segít rávilágítani arra, hogy a személyes hit és a szervezeti működés összefüggései sok esetben árnyaltabb, indirekt módon érvényesülnek.

A tanulmány elsőként a keresztény hitre épülő vállalkozói jövőképet, küldetést és értékrendet vizsgálja elméleti és empirikus szempontból. Ezt követően bemutatja, hogyan tükröződnek ezek az elvek a szervezeti működés különböző területein. A kutatómódszertan ismertetése a két fő tartalmi egység között helyezkedik el, részletezve az adatgyűjtés és elemzés folyamatát. A dolgozat zárófejezete összegzi a kutatás főbb megállapításait, kitérve a módszertani korlátokra és a jövőbeli kutatások lehetséges irányaira is.

I. ELMÉLETI HÁTTÉR

1.1. Szervezeti alapok

A szervezet a társadalmi élet egyik legmeghatározóbb egysége, amelyben két vagy több személy együttműködik közös célok megvalósítása érdekében (Vályi, 2008). A szervezetek minden esetben strukturált rendszert alkotnak, amelyet a hierarchia, az autoritás megosztása, a döntéshozatal, valamint a belső szocializáció és kultúra jellemez. A szervezetek nem csupán formális struktúrák, hanem kulturális és erkölcsi közösségek is, amelyek befolyásolják a tagjaik gondolkodását, magatartását és értékrendjét.

A szervezeti kultúra – hasonlóan a nemzeti kultúrákhoz – meghatározza, milyen magatartásformák számítnak elfogadhatónak vagy kerülendőnek (Klein & Klein, 2012). Ez különösen fontossá válik olyan vállalkozások esetében, ahol a vezetők értékalapú irányítást kívánnak megvalósítani. Az értékorientált szemlélet szerint a szervezet nem csupán gazdasági egység, hanem erkölcsi közösség is.

A vállalkozások célkitűzései – akár explicit módon megfogalmazottak, akár implicit módon működnek – alapvetően meghatározzák a működésüket (Kiss, 2017). A célok kialakítására jelentős hatással van a vállalkozó személyes világnézete, tapasztalatai, motivációi és vallási meggyőződése. E ponton szorosan összefonódik a gazdasági és spirituális dimenzió: a hit nem csupán a magánéletet, hanem a szervezeti döntéseket is befolyásolhatja. A vallás és a gazdaság közötti kapcsolat napjainkban egyre nagyobb figyelmet kap a tudományos diskurzusban (Audretsch et al., 2007), különösen a társadalmi felelősségvállalás és a vállalkozói etika kérdéskörében.

1.2. Jövőkép, küldetés és stratégia

A jövőkép, a küldetés és a stratégia hármasa a szervezeti irányítás alappilléreit alkotja, különösen a hosszú távú tervezés és a fenntartható működés szempontjából. A jövőkép olyan inspiráló és irányadó nyilatkozat, amely megmutatja, milyen jövőt kíván elérni a vállalat. Funkciója, hogy fókuszálja a szervezet tevékenységeit, mozgósítsa a belső és külső szereplőket, valamint koherens képet nyújtson a szervezet identitásáról.

A szakirodalom három jövőképtípust különít el: (1) a jövőbeni tevékenységi körre fókuszáló jövőkép, amely a piacra és a kínálatra koncentrál; (2) az új szükségletek felismerésén alapuló jövőkép, amely az innovációra épít; valamint (3) a vállalati magatartás fő irányára összpontosító jövőkép, amely inkább erkölcsi és társadalmi pozíciók kijelölését célozza (Klein & Klein, 2012). Ezek a kategóriák nem zárják ki egymást, hanem sok esetben egymásra épülnek. A keresztény vállalkozások esetében gyakori, hogy a jövőkép nemcsak piaci célokat, hanem spirituális és közösségi törekvéseket is megfogalmaz.

A küldetés a szervezet létezésének értelmét és célját artikulálja. Míg a jövőkép a „hová tartunk?” kérdésre ad választ, a küldetés a „miért létezünk?” dilemmájára reagál. A jól megfogalmazott küldetésnyilatkozat világosan meghatározza, hogy a szervezet milyen értékeket képvisel, kinek nyújt szolgáltatást, és milyen módon kíván működni. Keresztény vállalkozások esetében a küldetés tartalmazza a közös előmozdítását, a munka méltóságának megőrzését, valamint a társadalmi fenntarthatóság célját (Kiss, 2017).

A stratégia feladata, hogy operatív eszközrendszert nyújtson a vízió és a küldetés megvalósításához. A stratégiai gondolkodás – noha a 20. század második felében alakult ki mint vállalati funkció – ma is nélkülözhetetlen a komplex és gyorsan változó környezetben való eligazodáshoz (Klein & Klein, 2012). A stratégiai tervezés nem csupán pénzügyi vagy piaci eszköz, hanem értékalapú vezetői gyakorlat is. Ambrus (2013) rámutat, hogy az erdélyi vállalkozások egy része eleinte tartózkodott a formalizált stratégiai gondolkodástól, azonban mára egyre többen tekintik azt a felelős vezetés részének.

1.3. Szervezeti felépítés

A szervezeti felépítés alapvetően meghatározza, hogyan valósul meg a munkamegosztás, az információáramlás és a döntéshozatal a vállalkozáson belül. A szervezeti struktúra nem pusztán technikai rendszer, hanem kulturális és erkölcsi lenyomat is, amely tükrözi a vezetés értékrendjét és az emberképet. Klein és Klein (2012) szerint a szervezeti mechanizmusok és a hierarchiák olyan kereteket biztosítanak, amelyek segítik vagy éppen gátolják az együttműködést, a rugalmasságot és a felelősségvállalást.

A klasszikus hierarchikus modell stabilitást és világos alá-fölérendeltségi viszonyokat nyújt, de csökkentheti az alkalmazkodóképességet. A lapos struktúra gyors döntéshozatalt tesz lehetővé, míg a funkcionális és mátrixmodellek a szakértelemre és projekतालapú együttműködésre építenek (Kürtösi, 2013). A hálózati struktúrák rugalmasabb működést biztosítanak, de magasabb koordinációs igényt támasztanak.

1.4. Vezetői kompetenciák és csapat

A vezetői kompetenciák és a csapatdinamika szoros összefüggése meghatározó a szervezeti hatékonyság és a célok elérése szempontjából. A keresztény vezetés sajátossága, hogy a technikai

vezetői készségek – mint az irányítás, döntéshozatal vagy együttműködés – mellett középpontba helyezi az emberi méltóság tiszteletét, a szolgálatot és a közösségi felelősségvállalást. A következőkben három tematikus egységben mutatjuk be azokat a kompetenciákat, amelyek a keresztény tanításokon alapuló vezetés gyakorlatában kulcsszerepet játszanak: az értékalapú magatartást, a kapcsolati-kommunikációs készségeket, valamint a társadalmi érzékenységre és önfejlesztésre épülő vezetői működést.

A keresztény vezetőt az igazságosság, az integritás és a tisztesség normái vezérlik. Ezek nemcsak erkölcsi irányítúként szolgálnak, hanem a vezetői hitelesség forrásai is, amelyek formálják a szervezeti kultúrát. Az etikus vezetés példát mutat a csapattagoknak, és olyan munkahelyi környezetet teremt, ahol a kölcsönös tisztelet és felelősség természetes (II. János Pál, 1981). Kiss Ulrich (2017) „szolgáló vezetés” fogalma ebbe a gondolati keretbe illeszkedik: a vezető nem önmagáért, hanem a munkatársakért és a közösségért gyakorolja szerepét. Az ilyen vezetés célja a csapattagok támogatása és kibontakoztatása, valamint egy együttműködő és megbecsülésen alapuló munkahelyi légkör kialakítása.

A hatékony kommunikáció a vezetői siker alapfeltétele. Gergely Orsolya (2013) szerint a világos elvárások közlése, az aktív hallgatás és a visszajelzések kezelése megerősíti a bizalmat, és elősegíti az együttműködést. A kommunikációs kompetenciák mellett a támogató kapcsolatok is fontos szereppel bírnak. Dougherty és munkatársai (2013) szerint a jó kapcsolatrendszer nemcsak belső kohéziót biztosít, hanem lehetővé teszi a tudás és erőforrások hatékony megosztását is, ami hozzájárul a szervezeti fejlődéshez. A kapcsolati kompetenciák így nemcsak a csapatépítést, hanem a döntéshozatalt és a konfliktuskezelést is közvetlenül befolyásolják.

A keresztény vezetés egyik kulcskompetenciája a szociális érzékenység: a vezető felelősséget visel nemcsak a szervezet, hanem a tágabb közösség iránt is. XIII. Leó pápa nyomán Prohászka Ottokár (1991) hangsúlyozza, hogy a keresztény vezetőnek figyelemmel kell lennie a társadalmi igazságosság szempontjaira, és törekednie kell a közösségi jólét előmozdítására. Ehhez szorosan kapcsolódik az empátia mint belső attitűd. Cullen és munkatársai (2013) szerint az empátikus vezető képes megérteni és figyelembe venni a munkatársak érzéseit, ami elengedhetetlen a bizalmi légkör fenntartásához. Az empátia hozzájárul a csapat moráljához és az elkötelezettség növeléséhez, különösen olyan szervezeti kultúrákban, amelyek az egyén személyességére is hangsúlyt helyeznek. Továbbá Martin Frederick Hanna (2006) hangsúlyozza a folyamatos önfejlesztés jelentőségét. A vezetőknek törekedniük kell a saját képességeik fejlesztésére, hogy hatékonyan támogathassák csapatuk és szervezetük fejlődését. A személyes fejlődés nemcsak a vezetők saját teljesítményét javítja, hanem pozitív példát is mutat a csapattagok számára.

Végezetül, bár a keresztény vezetés alapvetően értékalapú, nem nélkülözheti a stratégiai gondolkodást és az innováció iránti nyitottságot sem. A hosszú távú célok kijelölése és megvalósítása – Argandoña (2012) szerint – segíti a vezetőket abban, hogy átfogó terveket készítsenek, amelyek összhangban vannak a szervezet jövőképével és küldetésével. A jól meghatározott stratégiák lehetővé teszik a szervezet számára, hogy hatékonyan reagáljon a piaci változásokra és kihasználja az új lehetőségeket. Az innováció képessége szintén elengedhetetlen a szervezeti fejlődéshez. Az innovatív vezetők nyitottak az új technológiákra és módszerekre és bátorítják a csapattagokat, hogy kreatívan gondolkodjanak és új megközelítéseket alkalmazzanak a problémák megoldására (Tóth & Csapóné Riskó, 2018). Az új ötletekre való nyitottság és a kreatív gondolkodás így nem ellentéte, hanem kiegészítője lehet a hiteles és felelős vezetésnek.

1.5. Konfliktus és konfliktuskezelés

A konfliktus az életünkkel, társadalmunkkal és a szervezetek létezésével együtt járó fogalom. Konfliktusról akkor beszélünk, ha több érintett fél közül valamelyik azt érzi, hogy egy fontos kérdésben a többiek negatívan viszonyulnak hozzá és megpróbálják megakadályozni céljai elérésében (Ambrus, 2013). A keresztény vezetélméletben külön hangsúlyt fektetnek a konfliktuskezelés módszereire. Kiss Ulrich rámutat arra, hogy a vezetőknek az asszertivitás arany középútját kell megtalálniuk a behódolás és a fenyegető magatartás között. A kommunikáció és a konfliktuskezelés összefonódnak, mivel a jó kommunikáció gyakran megelőzi a konfliktusokat, míg a rossz kommunikáció gyakran azok okozója. Ugyanakkor a vállalkozóknak nemcsak a kommunikációra kell összpontosítaniuk, hanem a tárgyalási készségeik fejlesztésére is. Ezen készségek révén a vezetők hatékonyabban tudják kezelni a konfliktusokat és megelőzni azok eszkalálódását (Kiss, 2017). A tárgyalási készségek azért is fontosak, mert a tárgyalás a leggyakrabban alkalmazott konfliktuskezelési eszköz a vállalkozásokban (Klein & Klein, 2012). A kommunikáció és tárgyalási készségek mellett a keresztény vezetés olyan általános alapelvei, mint az empátia és az etikus viselkedés, szintén jelentős szerepet játszanak a konfliktuskezelés területén. Az empátikus vezetők jobban megértik a csapattagok érzéseit és motivációit, ami segít a konfliktusok hatékonyabb kezelésében. Az etikus viselkedés pedig biztosítja, hogy a konfliktuskezelés folyamata igazságos és tisztességes legyen minden érintett számára (Cullen és mtsai., 2013).

1.6. Méltányos bérezés

A méltányos bérezés nemcsak gazdasági kérdés, hanem az emberi méltóság, a társadalmi igazságosság és a keresztény erkölcs kifejeződése is. A katolikus egyház társadalmi tanítása – különösen XIII. Leó pápa *Rerum Novarum* enciklikája – szerint a munkabérnek biztosítania kell a munkás és családja tisztas megélhetését, nem csupán a piaci erőviszonyok alapján (XIII. Leó & Prohászka, 1991). Az igazságos bér azt jelenti, hogy a munkavállaló egzisztenciális biztonsága nem válhat alku tárgyává. Kiss Ulrich szerint a fizetési rendszerek kialakításakor a keresztény vezetőknek figyelembe kell vennie a teljesítmény, a hűség, az emberi szükségletek és a közösség érdekei közötti egyensúlyt. A *Katolikus Egyház Katekizmusa* hangsúlyozza, hogy a felek közötti szerződéses megállapodás nem elegendő az erkölcsi igazoláshoz: a munka értékének elismerését tükröznie kell a bérnek is. A személyzetet igazságosan és teljesítményükhöz mértén kell jutalmazni, hogy motiváltak maradjanak és hűségesek legyenek a céghez. Ehhez szükség van egy olyan rendszerre, amely folyamatosan ellenőrzi a bérezés mértékét a piaci viszonyokhoz képest, és szükség esetén korrigálja azt. Az igazságos bérezés elősegíti a munkavállalók lojalitását, csökkenti a fluktuációt, és növeli a szervezet hosszú távú stabilitását (Kiss, 2017: 104–108). A méltányos juttatás így egyszerre erkölcsi kötelesség, szervezeti eszköz és társadalomformáló gyakorlat.

2. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

Amint azt a bevezetőben már jeleztük, fontos különbséget tenni a kutatásban alkalmazott elemzési egység és a ténylegesen vizsgált alanyok között. A kutatás elemzési egysége a vállalkozás,

ugyanakkor a vállalkozás működéséről szóló információk a szervezetben meghatározó szerepet betöltő személyektől – elsősorban a vállalkozóktól – származnak. Ennek megfelelően a vizsgálathoz kvalitatív módszertant alkalmaztunk, amelynek alapját a félig strukturált interjú képezte.

A kutatás célja annak feltárása, hogy a keresztény vállalkozó hite milyen módon befolyásolja a vállalkozás filozófiáját és gyakorlati működését. Ennek érdekében a vizsgálat során egyaránt szükségesnek bizonyult a vállalkozók személyes nézeteinek és a vállalkozásuk működési jellemzőinek megismerése.

A kutatási kérdés tág értelmezhetősége és a „keresztény vállalkozó” fogalmának sokféle jelenléte miatt a célcsoport pontos meghatározása kulcsfontosságúvá vált. Mivel a témával kapcsolatos előzetes megfigyeléseinket és terepismeretünket Romániában, Hargita megye néhány településén szereztük, a kutatásunk célcsoportja is ebből a földrajzi régióból került ki.

A „keresztény vállalkozó” fogalmát a kutatás során egy háromdimenziós modell alapján definiáltuk. Az első dimenzió az öndefiníció: a megkérdezett vállalkozó önmagát keresztényként határozza meg. A második dimenzió az aktív vallási részvétel, amely túlmutat a hagyományos vallásgyakorláson. Ide tartozik a lelkeségi csoportokban való részvétel (például Háló, Fokoláré, Karizmatikus megújulás mozgalom), a házi csoportokhoz, imaközösségekhez való tartozás, valamint az egyházi életben betöltött aktív szerep (például presbiteri vagy tanácsosi feladatok). A harmadik dimenzió a keresztény vállalkozói közeget való kapcsolódás: a vállalkozó tagja keresztény vállalkozói csoportnak, illetve részt vett ilyen jellegű képzéseken, például a Management by Jesus programon vagy a GLS (Global Leadership Summit) konferencián.

A kutatás célpopulációjába olyan Hargita megyei településeken működő vállalkozások tartoztak, amelyeknek alapítója legalább hat főt foglalkoztat, és megfelel a fenti háromdimenziós kritériumrendszernek. A kvalitatív kutatás természetéből adódóan nem reprezentatív mintán alapul (Letenyi, 2006), ennek ellenére törekedtünk a változatosság biztosítására. A kiválasztás során szempont volt a felekezeti sokszínűség, a nemi arányok kiegyensúlyozottsága, a korosztályi változatosság, valamint az, hogy a vállalkozók különböző iparágakban tevékenykedjenek.

A potenciális interjúalanyokat olyan keresztény közösségek találkozásán szolgáltattuk meg, amelyek aktívan támogatják a vállalkozói fejlődést, tudásmegosztást és közösségépítést. Az első kapcsolatok kialakításában ajánlások segítettek, ezek alapján került sor a résztvevők kiválasztására.

A megkeresett vállalkozók többsége nyitottan fogadta a részvételi felkérést, és készségesen vállalták az interjút. Három személy utasította vissza a részvételt: ketten időhiányra hivatkoztak, egy fő pedig úgy vélte, hogy nem felel meg a kutatás kritériumrendszerének.

Az adatgyűjtésre 2023 folyamán került sor: hét interjú január és május között, további öt pedig október és december között zajlott. Minden esetben személyes interjúkra került sor, amelyek a vállalkozók munkahelyi környezetében zajlottak, többnyire munkaidőben. Az időpontok egyeztetése több esetben is hosszabb folyamatot igényelt, de törekedtünk arra, hogy minden beszélgetés zavartalan és bizalmi légkörben történjen. Külön figyelmet fordítottunk arra, hogy a fizikai elrendezés is támogassa a partneri viszonyt – például minden esetben egy asztalnál ülve zajlott a beszélgetés.

Az interjúvezető négy tematikus egységből épült fel, amelyek a keresztény vállalkozók személyes és szervezeti narratíváinak feltárását szolgálták. Az első szakasz a vállalkozók élettörténetére, személyes motivációira, értékrendjére és hitéletére fókuszált, különös tekintettel arra, ho-

gyan kapcsolódik össze mindez vállalkozói szerepükkel. A második szakasz a vállalkozás jövőképét, küldetését és alapvető értékeit vizsgálta. E blokk célja az volt, hogy feltérképezze, hogy a hit hogyan határozza meg a stratégiai gondolkodást és a társadalmi célkitűzéseket. A harmadik rész a vállalkozás gyakorlati működésére irányult, ideértve a szervezeti struktúrát, a döntéshozatalt, a munkaszervezést, valamint a vezető és munkavállalók közötti kapcsolatok jellemzőit. E szakasz fel akarta tárni, hogyan érvényesülnek a hitalapú elvek a mindennapi működés szintjén. A negyedik blokk a keresztény vállalkozói identitás reflexív vizsgálatára törekedett. A válaszadók értékelték saját szerepüket, megfogalmazták, mit jelent számukra a keresztény vállalkozói lét, és hogyan látják értékeik megjelenését a szervezeti kultúrában és a külső kapcsolatrendszerben.

A jelen tanulmány az interjúk második és harmadik tematikus egységének elemzésére épül. Az első és negyedik kérdésblokk – amelyek a személyes élettörténetre és a vállalkozói identitás reflexiójára vonatkoznak – későbbi tanulmányokban kerül feldolgozásra.

Az interjúk átlagos hossza meghaladta a másfél órát, a leghosszabb beszélgetés 2 óra 24 perces volt. A teljesen rögzített interjúanyag időtartama körülbelül 16 és fél óra. A beszélgetések során a résztvevők aktívan és elkötelezetten osztották meg tapasztalataikat, személyes és szakmai történeteiket.

A hangfelvételek átírásához az Alrite beszédfelismerő szoftvert használtuk, amely jelentősen meggyorsította az írott változatok előkészítését. Összesen 225 oldal interjúleírat készült, amelyet a továbbiakban az elemzés alapjául használtunk. Az átírást követően anonimizáltuk az adatokat, majd a dokumentumot tematikus blokkok szerint négy részre osztottuk, összhangban az interjúvezető szerkezetével.

3. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

3.1. Jövőkép, küldetés, értékrend

Ez az alfejezet a keresztény vállalkozók jövőképének, küldetésének és értékrendjének főbb tematikus vonásait foglalja össze, az interjúk alapján azonosított tartalmi csoportosítás mentén. A vállalkozások jövőképe irányadó, hosszú távú elképzelés a kívánt jövőbeni állapotról, amely a napi működés és stratégiai döntések vezérfonalaként szolgál. A küldetés ezzel szemben a szervezet létezésének célját és társadalmi szerepvállalását határozza meg: mit tesz, kinek és milyen értékek mentén. A stratégia pedig a jövőkép és küldetés eléréséhez szükséges eszközök, lépések és módszerek rendszere (Klein & Klein, 2012).

A vizsgált tizenkét vállalkozás vezetőivel készült interjúk alapján kirajzolódik, hogy a jövőkép és küldetés megalkotása során sok esetben meghatározó szerepet játszanak a keresztény értékorientációs szempontok. Az alábbiakban ezek főbb közös és egyedi vonásait tematikus bontásban mutatjuk be.

A közösségi szolgálat mint jövőkép az egyik legmarkánsabb vonás: a vállalkozások célkitűzéseiben gyakran jelenik meg a közösségépítés, az alkalmazottak megbecsülése és a társadalmi értékteremtés szándéka. A vizsgált vállalkozások jövőképében három kiemelkedő motívum jelenik meg: a gazdasági fejlődés iránti elköteleződés, a közösségi értékek védelme és a szeretet, elfoga-

dás kultúrájának építése. A vállalkozók közül többen szolgálatként tekintenek tevékenységükre, amely hosszú távon a társadalmi jólétet és a közvetlen környezet megerősítését célozza.

„Úgyhogy ez egy fontos szolgálat, ami miatt szükség van ránk, de még az elején vagyunk. Azt hiszem, hogy a határ a csillagos ég, hogy mennyit fogunk tudni hozzárakni a környezetünkhöz és magunkhoz is.” (Sz., 37 éves)

„A legtöbbet azzal tudjuk tenni a közösség szolgálatában, hogy biztosítunk egy olyan helyet, ahol a legmegfelelőbb körülmények között az emberek találkoznak, beszélgetni tudnak.” (Zs., 52 éves)

Kiemelt célként fogalmazódik meg továbbá a munkahelyi kultúra javítása, az alkalmazottak megbecsülése és a pszichoszociális biztonság növelése. Ezek az értékek összhangban állnak a keresztény szolgáltató vezetés koncepciójával, amely a vezető szerepét a közösség szolgálatának eszközeként értelmezi (Kiss, 2017).

Ezzel szorosan összefügg az *etikus üzletvitel és keresztény értékalapúság*, amely olyan gyakorlati elveket foglal magába, mint a méltányos bérezés, törvényes működés és transzparencia. Számos vállalkozás esetében az etikus működés nem pusztán gyakorlati követelmény, hanem az identitás és jövőkép szerves része. A becsületesség kultúrája tudatosan épített vállalati érték, amely áthatja a döntéshozatalt.

„A lehetőségekhez mérten becsületes fizetést adni, nem feketén dolgozni, nem feketén dolgoztatni, az adókat kifizetni, és minden törvényt [betartani – szerk. megj.], ami tőlünk függ.” (T., 55 éves)

A profitszerzés nem öncél, hanem eszköz egy fenntartható és méltányos működés biztosítására. A keresztény vállalkozók gyakran fogalmazzák meg a hiteles, transzparens működés követelményeit:

„Fegyelmezettek vagyunk, megbízhatóak vagyunk, őszinték vagyunk, transzparenssek, becsületesek, kompetensek.” (Sz., 37 éves)

Ezek a megközelítések összhangban állnak a KEVE Társaság és más keresztény üzleti szervezetek által képviselt elvekkel, ahol a hit és a gazdasági gyakorlat integrációja kulcsfontosságú (Tornielli, 2015; Tóth & Csapóné Riskó, 2018).

A vizsgált szereplők többségénél megfigyelhető a *társadalmi felelősségvállalás vállalkozói értelmezése*, amely a közjó szolgálatát a keresztény vezetői magatartás szerves részének tekinti. A közjó előmozdítása, a társadalmi hasznosság, valamint a közösségi stabilitás erősítése vezető szempontként szerepel. Ez az irányultság szoros kapcsolatot mutat a keresztény vezetés azon elveivel, amelyek a közösségek szolgálatát és támogatását tekintik elsődleges célnak (Tornielli, 2015).

„A vállalkozásnak a célja számomra, hogy jobbá tegyük a környezetünket. Már nem motivál a pénz. A motiváció régebben ez volt, míg meg nem tértem.”
(Á., 48 éves)

A *minőségi szolgáltatások és közösségi élmény* témaköre azt mutatja, hogy a vállalkozások egy része szolgáltatásaikon keresztül is közösségi terek, kapcsolódási pontok létrehozására törekszik, noha ezek egy része értelmezhető piaci narratívaként is. A szolgáltatásalapú vállalkozások esetében gyakran tapasztalható, hogy a piaci tevékenységet közösségépítő célokkal ötvözik.

„A kávézónak a küldetése az, hogy a szeretetet megosszuk valamilyen formában, mert keresztényként ez a legfontosabb feladatunk: szeretni Istent és egymást.” (Zs., 51 éves)

Ugyanakkor több esetben felmerül a kérdés, hogy a közösségi cél valódi értékalapú elköteleződés, vagy inkább márkanarratívába illesztett kommunikációs eszköz.

Több vállalkozás megfogalmazott sajátos, a keresztény értékekkel összeegyeztethető, de *egyedi jövőképet* is. Ezek között megjelennek olyan célkitűzések, mint az oktatás, a hagyományörzés vagy a kézművesség megőrzése és továbbadása, amelyek további társadalmi értéket képviselnek. Egy vállalkozás például társadalmi felelősségvállalási projektként egy oktatási központot hozott létre, amely a digitális írástudás fejlesztését tűzte ki célul:

„...jelenleg a feladata ennek az oktatási központnak, hogy minél több embert tanítson alap digitális kompetenciákra...” (Sz., 37 éves)

Mások a kulturális örökség átadását vagy kézműves értékek megőrzését tekintik társadalmi feladatuknak. Egy készruhágyár a modern divatos ruhákat ötvözi a hagyományos népi motívumokkal. A vállalkozás vezetője szerint ez a védjegyük, de értékmegőrző munkát is végeznek.

„A hagyományörzés mindenképpen egy fő ismertetőjelünk. Igyekszünk a mai kor divatjának is megfelelni, hogy divatos is legyen, de behozunk, becsempészünk, ráteszünk olyan díszítőelemeket, amik régről fennmaradtak.” (M., 62 éves)

Egy fa nyílászárókat gyártó vállalat a hagyományos kézműves technológiák használatával és régi mesteremberek tudásával készíti a legmodernebb nyílászárókat. Ennek prezentálására egy százéves parasztház és egy ultramodern épület ötvözetéből hozták létre a bemutató üzletüket.

Végül, a *hit, spiritualitás és Isten vezetése a vállalkozásban* dimenzió a vállalkozói döntések transzcendens megalapozottságát emeli ki: több esetben Isten akaratának keresése és a hit gyakorlati integrációja vezérli a szervezeti működést, akár tudatosan megfogalmazott alkotmányos formában is. Egy baptista vállalkozó célja, hogy vállalkozásán keresztül evangelizáljon és a hitet terjessze. Ez az egyedi célkitűzés erőteljesen vallási jellegű, a többi vállalkozáshoz képest. Ennek a küldetésnek az egyediségét az adja, hogy a szektor, amelyben ez a vállalkozás kifejtí a tevékenységét az építőipar, ezen belül is az út- és hídépítés.

„Csináljunk mást, hogy tudjuk az evangéliumot hirdetni az embereknek. Ezért azt mondom, hogy akkor csináljuk meg ezt a céget. (...) Most például Bibliát adunk mindenkinek, aki betér ide, aki dolgozik, dolgozhat nálunk valamit, ajándékba kap egy csokoládét, egy Bibliát. (...) És az életem hátralévő részét arra szeretném feláldozni, hogy minél több emberhez eljusson az igazság. És a vállalkozást azért szeretném továbbvinni. (...) Nincs leírva, de megvan ez szóban, és a szívek elé van tárva, és minden nap szembesülnek az igén keresztül ezzel a fogalommal vagy ezzel a gondolattal.” (Á., 48 éves)

Ez a baptista vállalkozó a missziós lelkületének gyakran hangot is adott az interjú során. Az interjú előtt leszögezte, hogy úgy feltételezi, a többi vállalkozó, akit megkérdeztem, nem is keresztény az ő kritériumrendszere szerint, valamint nekem is mint a kutatást végzőnek „sürgősen meg kell térnem”.

Bár ilyen szinten expliciten csak egy vállalkozónál jelent meg az evangelizáció mint cél, többen – köztük katolikus és protestáns vezetők – is Isten akaratának keresését jelölték meg irányítúként a döntéshozatal során. Egy esetben ezt írásban is rögzítették egy „alkotmányban”, amelyben a szervezet működésének egészét Isten vezetésére bízták. Ez a megközelítés illeszkedik a nemzetközi szakirodalom azon megállapításaihoz, amelyek szerint a hitalapú vezetés a szervezeti kultúra strukturált részévé válhat (Cullen et al., 2013).

„Van egy alkotmányunk, amit már az elején megfogalmaztunk. (...) A víziója egyértelműen Isten felé mutat. Tudatosan kimondtuk azt, hogy be akarjuk vonni Istent.” (Sz., 37 éves)

Összességként megállapítható, hogy a vizsgált keresztény vállalkozók jövőképe és küldetése középpontjában a közösségi hozzájárulás, a vallásos és spirituális értékek ápolása, valamint a minőségi és etikus szolgáltatásnyújtás áll. Ezek az elemek nemcsak az interjúkban, hanem a kapcsolódó szakirodalomban is kulcsfontosságúként jelennek meg a keresztény vállalkozói siker és fenntarthatóság szempontjából (Ashar & Lane-Maher, 2004; Tornielli, 2015). A válaszadók jelentős része Isten akaratát tekinti a szervezeti működés irányítújának, még ha ez formálisan (pl. írott vízió vagy alkotmány formájában) csak ritkán jelenik is meg. Különösen kiemelkedő az a vállalkozás, amely az amerikai Kingdom at Work keresztény vezetéselméleti modell³ alapján dolgozta ki alkotmányát, amelyben Isten bevonása tudatos és rendszerszintű. Ez a példa jól szemlélteti, hogy a vallási értékek nemcsak narratív szinten, hanem intézményesített formában is megjelenhetnek a szervezeti kultúrában.

3 A Kingdom at Work mozgalom az Egyesült Államokból származik. A mozgalom egyik központi szervezete a Kingdom at Work Ministries, amely egy texasi székhelyű nonprofit szervezet. Ez a szervezet a Betenbough Companies nevű építőipari vállalatból nőtte ki magát, amely a keresztény értékeket és elveket próbálta integrálni a saját vállalati kultúrájába és üzleti gyakorlataiba.

3.2. Szervezeti felépítés

A szervezeti felépítés egy vállalkozás vagy intézmény struktúrájának, hierarchiájának és működési mechanizmusának összessége, amely meghatározza a munkatársak közötti kapcsolatot, a felelősségi köröket és kommunikációs csatornákat. Ez a felépítés biztosítja, hogy a szervezet hatékonyan és eredményesen érje el a kitűzött céljait (Klein & Klein, 2012).

A vizsgált vállalkozások többségében kevesebb mint húsz főt foglalkoztatnak. Ezen vállalkozásokra leginkább a lapos szervezeti struktúra jellemző, középvezetői réteg és szigorú hierarchikus viszonyok nélkül. Ez a megközelítés elősegíti a gyors döntéshozást és a rugalmasságot. A kisebb létszámú vállalkozások úgy is törekednek a rugalmasságra, hogy az alkalmazottak többféle szerepkörben dolgoznak, és szükség esetén átveszik egymás feladatait, ezzel is biztosítva a zökkenőmentes működést.

„Annak függvényében, hogy milyen megrendelések vannak, annak függvényében osszuk minden nap fel. (...) Szervezetileg elég lapos, vagy ellaposodó (a vállalkozás). Kevesen vagyunk, nincs középvezetői réteg, (...) hogy jobban tudjuk egymást helyettesíteni, jobban tudjuk kollaborálni.” (T., 55 éves)

A vállalkozások méretének növekedésével a szervezeti felépítés is komplexebbé válik. A húsz főnél több személyt foglalkoztató vállalkozásoknál a lapos hierarchia mellett megjelenik a funkcionális szervezeti felépítés. Ezen vállalkozások esetén a munka a szakértelem alapján csoportosítható. Több vállalkozásban például az adminisztrációért felelős munkatárs önállóan vezeti a könyvelést, míg egy másik munkatárs a beszerzésért vagy a rendelések kezeléséért felel. Továbbra is kevés hierarchikus szint található, a szakemberek pedig viszonylag nagy önállósággal rendelkeznek. Gyakori véleménye a vállalkozóknak, hogy ez a típusú szervezés azért jó, mert mindenki a „saját főnöke”, a vezetők nem szólnak bele a mindennapi munkavégzésbe, inkább konzultatív szerepük van.

„Mindenki a saját szegmensében vezető. Túl a kollégán azért felel, hogy a rendelések rendben legyenek. (...) Ő a saját főnöke, úgymond. Én nem kérem napirenden számon. H. teljesen az adminisztrációért, pénzügyekért felel, ő viszi a könyvelést, a tűzvédelmet, a munkavédelmet, tehát ő az adminisztrációért felelős. Ő megint a saját főnöke, tehát én nem szólok bele. (...) Igazából én mindenkiel konzultálok, de mindenki a saját maga szegmenséért felelős.” (Z., 41 éves)

A kevesebb mint negyven főt foglalkoztató vállalatok közül két vállalkozás esetén figyelhető meg komplexebb felépítés. Mindkét vállalkozó a legfiatalabb vállalkozói csoportba tartozik, illetve elmondásuk szerint hasonló rendszerekben szocializálódtak (egyikük programozóként). Mindkét vállalkozás erősen digitalizált, egyikük konkrétan az IT-szektorban tevékenykedik, másikuk szolgáltatói szektorban, de szolgáltatásukban fontos szerepet játszanak különböző mobilapplikációk. Előbbi vállalkozásra a mátrix-, utóbbira a hálózati struktúra jellemző. Míg a mátrixmodellben előre meghatározott csapatok rögzített munkakörökben dolgoznak projekteken, addig a hálózati modellben rugalmasabban, részlegeken vagy munkakörökben nem rögzí-

tett módon alakulnak ki a projektek. Ezek a projektek lehetnek időszakosak vagy állandóak, és a csapattagok projektmenedzserek irányítása alatt dolgoznak. A mátrixmodellt alkalmazó vállalkozó úgy fogalmazott, mintha mindenkinek egy csapaton belül két „főnöke” lenne, ő és az aktuális projektvezető. A hálózati modellt alkalmazó vállalkozó pedig a következő módon mutatta be aktuális struktúrájukat:

„Azt gondolom, hogy mi mindenkit kollégaként kezelünk, de fontosnak tartom, hogy nyilván legyen ilyen felelősségstruktúra. Úgyhogy mondhatom így, hogy a tetején vagyok én, és alattam pedig marketinges, mellette a cégtársam. Alája inkább a technikai részleg, tehát a fejlesztőknek a munkája csoportosul, alám minden más, a marketinges, projektmenedzser. A projektmenedzser alá városmenedzserek...” (L., 33 éves)

A megkérdezett vállalkozások közül csak a két nagyobb vállalkozásban lelhető fel a hierarchikus vállalati struktúra, de ezen vállalkozások esetében is nagyon szűk középvezetői réteggel. Mindkét vállalkozás több mint negyven munkatárssal dolgozik együtt, és mindkettő a gyártói szektorban. Ezekben a vállalkozásokban hagyományosan fentről lefele történik a kommunikáció és a döntéshozás is. A munka speciális operatív feladatokra és részlegekre van felosztva, korlátozott rugalmassággal.

Az interjúk tanulságai alapján tehát a vizsgált vállalkozások szervezeti felépítését elsősorban a szervezetek mérete, az iparág, valamint a vállalkozó életkora és szocializációja befolyásolja leginkább, az értékrend és ideológia hatását nem véltük felfedezni. Szembetűnő a középvezetői réteg hiánya, aminek a vállalkozások mérete mellett leginkább pénzügyi okai vannak.

3.3. Vezető és vezetettek közötti viszony

3.3.1. Vezetői szerepek és feladatok

Az interjúk tanúsága szerint a keresztény vállalkozók többféle szerepet töltenek be vállalkozásaikban. A megkérdezettek mindegyike többségi vagy kizárólagos tulajdonosként működik, és aktívan részt vesz a napi operatív vezetésben is.

Az egyik legfontosabb feladatkörként a stratégiai irányítást emelték ki: ők határozzák meg a hosszú távú célokat és fejlesztési irányokat, amelyeket rendszeresen felülvizsgálnak a piaci környezet változásainak tükrében. Emellett a pénzügyi menedzsmentben is aktív szerepet vállalnak – a tervezéstől a kimutatások elemzésén át a likviditás és pénzügyi stabilitás fenntartásáig. Többen kiemelték a közösségépítést és a csapatszellem erősítését is mint vezetői kötelességet.

A napi működés irányítása szintén a vállalkozók feladata. Ide tartozik a működési folyamatok optimalizálása, az erőforrások hatékony felhasználása és az operatív problémák kezelése. Különösen a kisebb létszámú vállalkozásoknál – mind a szolgáltatói, mind a gyártói szektorban – gyakori, hogy a vezető saját szakterületén is aktív szerepet vállal. Például egy IT-szektorban dolgozó vállalkozó programozóként is részt vesz a munkában, míg egy másik esetben a varroda vezetője varrónőként dolgozik, illetve egy harmadik esetben a pékipari termékeket előállító vállalkozó cukrászként is tevékenykedik.

„A mai napom is azzal telt, hogy kellett varrjak ahhoz, hogy meglegyenek Körösfőre a blúzok, egy új munkatárssal vállalva, de egész nap.” (M., 62 éves)

A szakértői jelenlét nemcsak a termelési folyamatokban, hanem a munkatársak fejlesztésében is megmutatkozik. Több vezető rendszeres egyéni beszélgetéseket kezdeményez beosztottjaival, hogy tanácsokkal, útmutatással és figyelemmel segítse azok szakmai fejlődését.

„Vannak személyes beszélgetéseim, törekszem arra, hogy – nem mindig sikerül mind az ötvennel egy évben –, de két év alatt biztos, hogy mindenki sorra kerül egyszer.” (Z., 52 éves)

Ez a vezetői szemlélet azt sugallja, hogy a keresztny vállalkozók egy része nemcsak irányítói szerepben, hanem mentorként és példaképként is jelen van a szervezet életében, ezzel is erősítve a közösség és az értékalapú működés szerepét.

3.4. Döntéshozás és delegálás

Az interjúk alapján általánosan elmondható, hogy a stratégiai és pénzügyi döntések meghozatala a vállalkozók, illetve társtulajdonosok kizárólagos vagy közös kompetenciája. A megkérdezettek többsége nem számolt be formális belső tanácsadási folyamatról; jellemzően a vezetők autonóm módon döntenek, legfeljebb informális véleménykéréssel kiegészítve. Mindössze egy vállalkozó említett rendszeres, átfogó konzultációt a munkatársakkal a stratégiai és pénzügyi döntések előkészítésekor, míg egy másik vezető külső szakértő bevonását tartja indokoltnak ilyen helyzetekben.

Ennek ellenére több válaszadó is hangsúlyozta, hogy fontosnak tartja a kollégák véleményének kikérését. Az egyik vállalkozó így fogalmazott:

„A döntésekben, a stratégiai döntésekben, egyértelműen központban és elől vagyunk, ott vagyunk, de a kollégák véleménye nagyon számít.” (Z., 52 éves)

Más interjúalany a döntéshozás hierarchikus és részvételi vonatkozásait egyaránt érzékeltette:

„A szakmai döntésekben általában alulról jövő (...) javaslat[ról van szó], stratégiai-adminisztratív döntésekből pedig felülről lefelé.” (Zs., 51 éves)

A részvételi döntéshozatal tehát jelen van, de korlátozott mértékben és inkább informális módon. Egy másik vállalkozó ezt így összegezte:

„A vállalkozás jövőjét illetően stratégiailag én döntök, kikérve a kollégák véleményét.” (Z., 41 éves)

A delegálás minden megkérdezett vállalkozó szerint a hatékony működés és szervezeti fejlődés kulcsfontosságú eszköze. A vezetők célja, hogy feladataik egy részét átadják munkatársaik-

nak, ezzel is csökkentve saját munkaterhelésüket, valamint elősegítve a munkatársak önállóságát, felelősségvállalását és szakmai fejlődését (Ambrus, 2013).

Egy vezető a következőképpen fogalmazta meg delegálási elvét:

„Igen, van egy szabály, amit igyekszek magamban követni, az az, hogyha valaki meg tud tenni valamit [legalább] 80 százaléknyi, [ahhoz képest], ahogy én megcsinálnám, akkor igyekszem delegálni. Szóval a delegálás az egyik kedvenc módszerem arra, hogy kicsit felszabaduljak. És a másik az, hogy növekszik is a másik személy azáltal, hogyha optimális méretű feladatot kap, és az optimális méretű egy picivel nagyobb, mint amit éppen meg tudna csinálni.” (Sz., 37 éves)

Ugyanakkor a delegálás nem mindenki számára könnyen kivitelezhető. Néhány vállalkozó bevallotta, hogy nehezen enged ki a kezéből feladatokat, ami gyakran a napi operatív terhek megnövekedéséhez vezet. Az egyikük számára például fontos, hogy közvetlen kapcsolatban maradjon a munkatársakkal, még akkor is, ha ez túlterheltséghez vezet:

„Mindent, amit lehet. Nem azért, hogy szabaduljak a munkától, hanem hogy mindenki átérezze a felelősséget, és jobban tudjuk egymást helyettesíteni, kollaborálni.” (T., 55 éves)

A delegálás tehát nem csupán munkaszervezési technika, hanem olyan vezetői gyakorlat, amely a szervezeti kultúrában betöltött szereptől, a bizalmi viszonyok minőségétől és a vezető személyes hozzáállásától is függ. A munkatársak számára ez lehetőséget jelent a fejlődésre, önálló döntések meghozatalára és a kreatív problémamegoldás elsajátítására. Egy vállalkozó megosztotta, hogy a mérnököket arra ösztönzi, hogy önálló döntéseket hozzanak, és ne várjanak mindig a vezetői jóváhagyásra. Ez a szemlélet nemcsak a szervezeti hatékonyságot növeli, hanem hozzájárul egy bizalmon, szabadságon és fejlődésen alapuló munkakultúra kialakításához is (Kiss, 2017).

3.5. Kommunikáció, együttműködés és konfliktus

3.5.1. Kommunikáció

Az interjúk alapján a vállalkozók egyértelműen a kommunikációt tartják a szervezeti hatékonyság és belső kohézió egyik legfontosabb tényezőjének. A vezetők többször is hangsúlyozták a rendszeres és átlátható kommunikáció jelentőségét, amely elősegíti a bizalom kialakulását és fenntartását a munkatársak körében. Ez a vállalkozói szemlélet jól rezonál a szakirodalommal, amely szerint a keresztény vállalkozók különös figyelmet fordítanak a jó kommunikáció megteremtésére, mind a vezető-beosztott, mind a munkatársak közötti kapcsolatokban (Cullen et al., 2013).

A kommunikációs gyakorlatok a tizenkét vizsgált vállalkozásban több közös vonást is mutatnak, emellett egyéni sajátosságokkal is bővülnek. A legmarkánsabb közös elem a szóbeliség dominanciája: minden vállalkozásban a személyes beszélgetés a fő kommunikációs csatorna, legyen szó feladatkiosztásról, visszajelzésről vagy egymás közti információáramlásról. A legtöbb

helyen rendszeres heti vagy havi megbeszélések zajlanak, amelyek szintén személyes találkozás keretében történnek.

„Nincs szükségünk [írási kommunikációra], mert tíz órát egymás mellett vagyunk, és hülyék lennénk, ha egymásnak kellene írogatni, hogyha megszólíthatjuk egymást.” (Z., 45 éves)

„Mindenki egy épületben dolgozik, és mi folyamatosan érintkezünk egymással. Gyakorlatilag úgy kommunikálunk, mint egy család, azonnal információát tudunk cserélni.” (Zs., 51 éves)

Ugyanakkor több olyan vállalkozás is működik, ahol a munkatársak különböző településeken vagy váltásban dolgoznak, ezért a szóbeli kommunikációt technológiai eszközök segítik. Ezekben az esetekben a telefonhívások és videókonferenciák – elsősorban Skype és Zoom platformokon – töltik be az elsődleges kommunikációs funkciót.

„Van egy WhatsApp-csoportunk, ott zajlik a kommunikáció, amikor nem vagyok itt. Meg amúgy sincs mindenki bent, váltásban dolgoznak.” (K., 42 éves)

Az írási kommunikáció a legtöbb vállalkozásban másodlagos vagy kiegészítő szerepet tölt be. Néhány esetben a Messenger- vagy WhatsApp-csoport a napi munkaszervezés eszköze, de ez jellemzően nem váltja ki a személyes kapcsolatot. Az e-mailt jellemzően az ügyfelekkel történő kapcsolattartásra használják, és csak három vállalkozásnál tekinthető elsődleges csatornának.

„Telefon, Messenger-csoport. Ott értesítünk a temetési időpontokról, ugyanakkor megy a személyes szövegezés is. De nagyrészt, ha munkáról van szó, akkor telefonon intézünk mindent.” (Z., 41 éves)

Több vállalkozás alkalmaz valamilyen projektmenedzsment vagy vállalatirányítási szoftvert is. Ezek az eszközök – mint a Slack, Microsoft Teams vagy saját fejlesztésű rendszerek – a feladatkövetés biztosítása mellett integrált kommunikációs platformként is működnek.

„Van formális csatornánk, a Google Workspace-t használjuk mi. Ezen kívül van egy saját fejlesztésű [rendszerünk], taskmanagernek mondanám. Többet is tud, tehát itt szabadságkérőt lehet generálni, meg mindenféle extra funkciók, de a legfontosabb az, hogy ilyen feladatmenedzsment rendszer.” (L., 33 éves)

A vizsgált vállalkozások tehát eltérő méretűk és szervezeti struktúrájuk ellenére közös értéként tekintenek a közvetlen és rugalmas kommunikációra. A rugalmasság különösen abban érhető tetten, hogy az alkalmazottak többféle szerepkörben dolgoznak, és szükség esetén képesek egymás helyettesítésére, amit elősegít a közvetlen információáramlás. Ez a jellemző a kisebb

és a nagyobb vállalkozásokban egyaránt megfigyelhető: előbbieknél a lapos struktúra, utóbbiaknál a vállalkozó személyes jelenléte teszi ezt lehetővé.

„Közvetlen kapcsolatban vagyunk az alkalmazottakkal, mindegyikkel személyesen, és valahogy ezt így szoktam. (...) Egy családként szeretném azt tenni, hogy érezzék azok az emberek, hogy számíthatnak rám bármikor, viszont azt is kell érezzék, hogy azért van egy tartás, van egy irányzat, amit (el)képze-lünk, és azokat azért elvárjuk tőlük.” (Á., 48 éves)

A kommunikáció nemcsak a munkaszervezés eszköze, hanem a kapcsolattartás, a bizalom-építés és a közösségi kultúra fenntartásának is alapvető eleme. Három vállalkozás vezetője számolt be arról, hogy rendszeresen – havonta legalább egyszer – beszélget munkatársaival nem munkahelyi témákról is, munkaidőben.

„A reggel is úgy kezdődik, hogy »hogyan vagytok?«. Nem egy hosszú beszélge-tés, de van, amikor akár tíz percig is eltart, ha olyan helyzet van, hogy min-denkinek be kell vonódnia.” (M., 62 éves)

Összességében elmondható, hogy a keresztény vállalkozások kommunikációs gyakorlatai a személyességen, a közvetlenségen és a rendszerességen alapulnak. A modern technikai eszközök ugyan megjelennek a mindennapi működésben, de azok többnyire a szóbeli kommunikáció kiegészítőjeként funkcionálnak. A közvetlen emberi kapcsolatot a vezetők a szervezeti kultúra szerves és nélkülözhetetlen elemének tekintik.

3.6. Közösségi élet és csapatépítés

A vizsgált vállalkozásokban a csapatépítés és a közösségi szemlélet kiemelt jelentőséggel bír. Az interjúk alapján minden vállalkozó törekszik arra, hogy a munkatársak valódi közösséget alkossanak, és ne csupán formális munkakapcsolatok jellemezzék a szervezeti működést. A válaszadók szerint a vezető feladata olyan munkakörnyezet kialakítása, amelyben a kollégák vezetői beavatkozás nélkül is támogatják egymást, és képesek együttműködni a mindennapokban (Ambrus, 2013). Számos vállalkozás rendszeresen szervez közösségi eseményeket, csapatépítő programokat és közös ünnepléseket, amelyek erősítik a csapatszellemet és a munkatársak közötti kapcsolatokat (Kiss, 2017).

Az interjúk tanúsága szerint a csapatkohézió tudatosan épített szervezeti érték. Egy vállalkozó ezt így fogalmazta meg:

„Talán ez a legnagyobb cél. Hogyha emberileg próbáljuk megfogalmazni a dolgokat, akkor az, hogy a cégünk egy relacionális cég legyen. Ez egy top prio-ritás. Vagyis, hogy az embereknek kapcsolata legyen egymással. Nagyon sok pénzt, energiát és időt fektetünk ebbe.” (Sz., 37 éves)

A legtöbb vállalkozás rendszeresen – évente, félévente vagy akár gyakrabban – szervez közös-égi eseményeket, csapatépítő programokat, közös reggeliket és ünnepségeket. Ezek célja a sze-

mélyes kapcsolatok elmélyítése és a közös élmények révén történő csapatszellem-erősítés. Az egyik vállalkozás emellett a „one-on-one” gyakorlatát is alkalmazza: a vezető háromhetente egy órát tölt el valamelyik munkatárssal munkaidőben, kötetlen, nem munkához kapcsolódó beszélgetés keretében.

„Próbáljuk ez alatt az időszak alatt megismerni egymást, és személyes kapcsolatot építeni, olyan dolgokról beszélgetni, ami nem munkával kapcsolatos feltétlenül.” (Sz., 37 éves)

Más vállalkozásban közös reggeliket és főzéseket tartanak, ahol a kötetlen együttlét teremti meg az őszinte kommunikáció és együttműködés alapját.

„Nagyon nagy közös reggelizések szoktak lenni a konyhában. Az a szabály ott bent, hogy ami ott van, az mindenkié.” (Z., 41 éves)

Valamennyi vállalkozásban kiemelt szerepet kapnak az év végi közös ünnepségek, amelyeken az elért eredmények kiértékelése és a közös sikerek megünneplése történik. Emellett a csapatépítő programok – tréningek, képzések, workshopok – rendszeres szervezése is hangsúlyosan jelenik meg, bár gyakoriságuk és fókuszuk vállalkozásonként eltérő.

„Évente kétszer tartunk csapatépítőt, és a csapatépítőnek most már egy centrális részévé vált az, hogy leülünk, és elkezdünk beszélgetni a jövőről. Ez egy strukturálatlan három óra, amikor elkezdünk ötleteket kreatívan összedobni, és ez fontos állomás lett minden évben ez a két pont a csapatépítőn, amikor a jövőről döntünk.” (Sz., 37 éves)

„...Elsősorban csapatépítők szervezésével próbálunk minél többször, ha nem is mondjuk egy egész hétvég[ér]e, [de] az is van egy évben, kettő-három, de [igyekszünk] olyan tevékenységeket szervezni, ahol tényleg összegyűlünk, akár csak teljesen kötetlenül, vagy akár szakmai szempontból egy-egy képzés vagy kurzus keretén belül fejlődni közösen is.” (L., 33 éves)

Egyes vállalkozások szezonálisan nagyobb eseményeket szerveznek – például vállalati foci-bajnokságot, vagy olyan csapatépítőt, amelyre a munkatársak családtagjai is meghívást kapnak.

„Elsajén céges foci, miccsütéssel, sörrel, akár megrészegezással... mert néha kell ez is.” (Z., 52 éves)

Összességében elmondható, hogy a vizsgált vállalkozások mindegyike fontosnak tartja a közösségi élmények és a személyes kapcsolatok ápolását. Bár a konkrét megvalósítás – gyakoriság, tematika, forma – vállalkozásonként különbözik, a cél mindenhol azonos: olyan szervezeti kultúra kialakítása, ahol a közös élmények megerősítik a csapat kohézióját, a lojalitást és a

hosszú távú elköteleződést. Ugyanakkor fontos következtetés, hogy az interjúk alapján ezeknek a csapateremtő tevékenységeknek nincs kimondottan vallásos jellege.

3.6.1. Konfliktus és konfliktuskezelés

Az interjúk alapján a konfliktusok előfordulásának gyakorisága változó, időről időre minden szervezetben előfordulnak, hol gyakrabban, hol ritkábban. Hét vállalkozó számolt be arról, hogy a vállalkozásában havonta vannak konfliktusok, míg öt úgy vélte, hogy említésre méltó konfliktusok csak évente egy-két alkalommal fordulnak elő. Míg korábbi erdélyi vállalkozáskutatás eredményei azt mutatják, hogy a három fő konfliktuskiváltó terület a megfelelő ember kiválasztása, a kommunikáció és a motiváció (Ambrus, 2013), addig az általunk megkérdezett vállalkozók a konfliktusok okait legtöbbször a munkatársak közötti félreértésre, kommunikációs hiányosságokra vezetik vissza. Az általuk bemutatott legutóbbi konfliktushelyzetek között a kommunikációs problémák mellett a személyes ellentétek és a munkaszervezési nézeteltérések voltak a leggyakoribb okok, nem említettek sem kiválasztással, sem motivációval kapcsolatos konfliktusokat. Ugyanakkor a vállalkozók véleménye szerint a legtöbbször a munkatársak között jön létre konfliktushelyzet, és csak néha a vezetők és a beosztottak között. Például egy vendéglátóhelyen a pincérek és a konyhai személyzet között rendszeresen feszültségek voltak, mivel mindkét fél úgy érezte, hogy a másik nem dolgozik megfelelően.

„Az egyik örök konfliktus, amit most kezdek látni, az a pincérek és a konyhaszemélyzet közti folyamatosan jelen lévő konfliktus, ami szerintem mindenhol megvan, egyrészt a konyhások úgy gondolják, hogy a pincérek nem dolgoznak eleget, a pincérek, főleg, amikor hajítás van, akkor néha úgy érzik, hogy a konyha elteveszt[i a rendelést], akkor ők égne, tehát ezt a részét ők veszik zokon.” (K., 42 éves)

Az általunk megkérdezett vezetők természetesnek, ugyanakkor fontosnak tekintik a konfliktusokat. Hozzáállásuk több ponton is kapcsolódik a keresztény vállalkozói szakirodalomban olvasható ajánlásokhoz. Naughton és munkatársai (2009) szerint a konfliktusokra érdemes úgy tekinteni, mint a vállalkozás életének természetes részére, amelyeknek fontos szerepük van abban, hogy a problémákat és a nézeteltérések a felszínre hozzák. Kiss Ulrich *A szolgáló vezető* (2017) című könyvében pedig azt hangsúlyozza, hogy a nyílt kommunikáció és a bizalom helyreállítása nagyon fontos a konfliktuskezelés során. Kiemeli, hogy a vezetőknek proaktívan kell kezelniük a konfliktusokat, és olyan környezetet kell teremteniük, ahol a munkatársak szabadon kifejezhetik véleményüket és érzéseiket. Ennek megfelelően a legtöbb vállalkozó úgy véli, fontos, hogy a vállalkozásában kialakult konfliktushelyzetek kezelésében szerepet vállaljanak.

„Igen. Inkább csillapítom. (...) Hát békítő mindenképp.” (P., 65 éves)

„Hát nem tudom, hogy ez jó, vagy nem jó, de én személyiségeből kifolyólag (...) én azt hiszem, hogy konfliktuskerülő vagyok, de még olyan konfliktusokba is beszálltam néha, amik futárok között voltak, nem az én feladatom lett volna az.” (L., 33 éves)

A problémák gyors és hatékony megoldására, a konfliktusok kezelésére különböző módszereket alkalmaznak. Kiemelkedő fontosságúnak tartják a bizalom helyreállítását és a nyílt kommunikációt, erre a szóbeli kommunikációt tartják a legalkalmasabbnak. Az egyik interjúalany szerint konfliktus esetén a vezető első lépése mindig a felek meghallgatása, beszélgetés megszervezése, hogy mindenki elmondhassa a véleményét és érzéseit. Amikor a konfliktusok mélyebbek, vagy nehezebben kezelhetők, a vezetők gyakran bevonnak külső mediátorokat vagy tanácsadókat is. Egy esetben, amikor a vezető is közvetlenül érintett volt, egy terapeutát kért fel, hogy segítsen megoldani egy súlyosabb konfliktust közte és a szintén a vállalkozásban dolgozó lánya között. Ugyanakkor arra is volt példa a megkérdezettek körében, hogy egy konfliktust elbocsátással zártak le.

„Hál’ Istennek nem voltak nagy konfliktusok, de voltak olyanok, amikor egy adott percen kellett azt mondjam, hogy ma reggeltől nem jössz.” (T., 55 éves)

3.7. Méltányos bérezés

A bérezési rendszer azon strukturális és szabályozási keretek összessége, amely meghatározza a munkavállalók juttatásainak formáját, mértékét és gyakoriságát. Célja a munkavállalók ösztönzése és megtartása mellett a szervezet versenyképességének fenntartása is a munkaerőpiacon (Cullen et al., 2013). A vizsgált keresztény vállalkozások különböző bérezési modelleket alkalmaznak, de több közös vonás is azonosítható bennük.

A legelterjedtebb bérezési forma a fix, havi rendszerességgű fizetés. Tíz vállalkozás alkalmaz ilyen rendszert: ebből négy esetben két részletben (előleg és záró kifizetés), míg hat esetben egy összegben történik az utalás. Egy vállalkozó elmondása szerint néhány éve tértek át a teljesítményalapú rendszerről a fix bérezésre, miután a munkatársak elégedetlenséget jeleztek a szezonálisból fakadó jövedelemingadozások miatt. Az építőiparhoz kapcsolódó vállalkozásban a téli hónapokban jelentős bevételkiesés lépett fel, amit a munkatársak nem tudtak a nyári hónapok magasabb keresetéből kiegyensúlyozni.

Két, informatikai szolgáltatásokat nyújtó vállalkozás órabéralapú, teljesítményfüggő rendszert alkalmaz. A döntés indoka, hogy a kliensekkel is óradíjas elszámolásban állnak, így a belső bérek is e logika szerint alakíthatók ki. A teljesítmény szerinti juttatások azonban a többi vállalkozásnál is megjelennek: hét esetben alkalmaznak bónuszrendszert, amely havonta vagy évente egyszer jutalmazza a kiváló teljesítményt. Minden érintett vezető hangsúlyozta, hogy a bónusz kizárólag pozitív irányban befolyásolhatja a béreket, és nem érintheti hátrányosan a garantált alapfizetést.

Számos vállalkozás alkalmaz félévente történő bérfelülvizsgálatot, különösen a piaci trendek követése és a munkatársak lojalitásának megőrzése érdekében. Ez a gyakorlat a junior kollégák számára különösen előnyös, mivel gyorsabb fejlődést és gyakrabban megújuló bérszintet biztosít számukra.

„Félévente van egy újraszámolása a fizetésnek, és ennek a bölcsességére, nagyon örvendek, hogy véletlenül spontánul rátaláltunk. Egy év talán túl hosszú lenne az informatikai piacon. Pláne most ebben az időszakban, ahol az inflá-

ció ekkora amekkora, fontos az embereknek, hogy ne kelljen egy évet várjanak arra, hogy növekedjen a fizetésük.” (Sz., 37 éves)

A transzparens bérszerkezet kérdése csak egyetlen vállalkozás esetében jelent meg explicit módon. Ebben a cégben nyílt fizetési rendszer működik: egy táblázatban minden munkatárs hozzáfér a saját és kollégái béradataihoz. A vezető szerint ez a megközelítés erősíti a bizalmat és növeli az átláthatóságot. A többi vállalkozásban formális fizetési titoktartás nincs, és bár a vezetők szerint a munkatársak jellemzően tudják egymás bérszintjét, ezt nem tartják jelentős konfliktusforrásnak.

„A fizetési rendszerünknek a lényege az, hogy ki lehet számolni, hogy kinek mennyi a fizetése. Mindenki a saját fizetését ki tudja számolni, és ki tudja számolni azt, hogy mit kell tennie ahhoz, hogy legközelebb nagyobb legyen a fizetése.” (Sz., 37 éves)

A méltányosság kérdése többször is előkerült az interjúkban, különösen a bérek meghatározása és a teljesítményalapú juttatások kapcsán. A szakirodalom szerint a méltányos bérezés három kulcskérdésre ad választ: megélhetést biztosít-e, arányos-e az elvégzett munkával, és fenntartható-e hosszú távon (Kiss, 2017). A keresztény vezetői felfogás szerint a bérnek az emberi méltóságot is szolgálnia kell.

„Én általában minden évben egy teljesen kívülállót megkérdezek, hogy hova vonta mennyiből élsz meg. Vagy te hogy látod, hogy mennyi az, amiből élsz, vagy [amennyiből] azért meg lehet élni. Azért, hogy legyen egy viszonyítási alapom, mert most a minimálbér mennyi? Ha úgy gondolsz, [hogy ennyiből meg lehet élni – szerk.] az nem biztos, hogy reális.” (T., 55 éves)

Amint a fenti részletből látható, van olyan vállalkozó, aki úgy gondolja, hogy ő maga olyan magas jövedelmi szinten él, hogy nem látja már reálisan, mekkora az a bér, amiből reálisan meg lehet élni, ezért külső személyekkel validáltatja a fizetéseket. Ugyanakkor több vállalkozás vezetője számolt be arról, hogy úgy igyekszik igazságos és versenyképes béreket biztosítani, hogy figyelembe veszi az egyéni teljesítményt és a piaci viszonyokat. Az átláthatóság és az igazságosság fontos szerepet játszik a belső viszonyok stabilitásában.

„Hál’ Istennek most már 3500 nettó alatt gyakorlatilag senki nem keres nálunk. Nyilván a cél az, hogy tényleg tisztességes megélhetést biztosítani mindenkinek.” (L., 33 éves)

„Elment egy fiú, s az is egy ilyen összezőrrenés miatt ment el. Most ott van a Kauflandban a pizzázórészlegen, de ügyes volt. Nagyon szerettem én, vissza akartam hívni. Azt mondta, hogy nem jön vissza, mert csúnyán beszéltek vele, de sehol ekkora fizetést nem kapott, mint itt.” (P., 65 éves)

Fontos megjegyezni, hogy a kutatás a vezetői narratívákon alapul, és a méltányosság szintjének valós megítéléséhez további empirikus vizsgálatok szükségesek. Ezek egyike lehet a munkavállalók véleményének feltárása kvalitatív vagy kvantitatív módszerekkel, illetve az iparági átlagbérekkel való összehasonlítás, amely az éves bértömeg és az alkalmazottak száma alapján kalkulálható.

Összességében elmondható, hogy a vizsgált vállalkozások bérezési rendszerei a fix fizetés, a teljesítményalapú bónuszok, a rendszeres felülvizsgálat és az egyéni méltányosság szempontjainak kombinációján alapulnak.

A vezetők meggyőződése szerint a féléves felülvizsgálat, a teljesítményalapú bónuszok, a közösségi jutalmazás, a nyilvános bérinformációk mellett az igazságosság és méltányosság elvei mind hozzájárulnak a munkatársak elégedettségéhez és a vállalkozások hosszú távú sikeréhez. A bérezési rendszerek a vizsgált vállalatoknál az anyagi juttatások biztosítása mellett a szervezeti kultúra és a munkatársi kapcsolatok erősítésében is fontos szerepet játszanak.

4. KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatás során tizenkét Hargita megyei vállalkozóval készítettünk interjút, akik saját megfogalmazásuk szerint keresztény értékeket vallanak. Ennek révén mélyebb betekintést nyertünk abba, miként határozza meg hitük és értékrendjük vállalkozásuk filozófiáját és gyakorlati működését. Feltártuk azokat a percepciókat és narratívákat, amelyek mentén önmagukat és vállalkozásukat értelmezik.

A keresztény vállalkozó fogalmának meghatározásához három szempontot vettünk figyelembe. Elsőként az öndefiníciót: a vizsgált személy keresztény vállalkozónak tartja magát. Másodsorban hogy a kereszténysége nem merül ki a vallásgyakorlásban, tehát lelkeségi csoportok, házi gyülekezetek tagja, és aktív szerepet vállal az egyház életében, gondnok, presbiter, egyháztanácsos. Harmadsorban tagja valamilyen keresztény vállalkozói csoportnak vagy résztvevője ilyen jellegű képzésnek, konferenciának.

A legtöbb interjúalany elbeszélésében szerepet kap az isteni vezetés és az „istenközpontúság” mint eszmény, viszont ez a szemlélet ritkábban jelenik meg konkrét szervezeti formában. A vizsgált vállalkozások közül mindössze kettő rendelkezik írásos vízióval és küldetéssel, és ezek közül is csupán egy vállalkozás fogalmazza meg hitbéli elköteleződését explicit módon.

Az evangelizáció mint vállalkozói cél szintén csupán egy esetben jelent meg. Ebben az esetben a vállalkozó a megtérése után úgy értelmezte küldetését, hogy munkatársait és ügyfeleit is Istenhez segítse közelebb.

Noha a hit gyakorlása a személyes életben fontos szerepet játszik, a munkahelyi vallásosság csak néhány vállalkozásban érhető tetten – ott is visszafogottan. A közös ima, akár napi rendszerességgel, akár alkalmanként az egyetlen vallásos gyakorlat, amely a szervezeti szintre is átkerül, felekezeti hovatartozástól függetlenül.

A vállalkozók személyes meggyőződése és hitbéli elköteleződése ellenére a vállalkozások működése inkább menedzsmentlogikát követ, mint ideológiai vagy értékalapú elveket. A szervezeti struktúrák jellemzően laposak, ami részben költséghatékonysági megfontolásból, részben a közvetlen kommunikáció előnyei miatt alakult így.

Ez a szervezeti modell még a nagyobb, akár több tucat vagy száz főt foglalkoztató cégeknél is családias légkört eredményez a vezetők szerint. A közösségépítést szinte minden esetben fontosnak tartják, néhol kifejezetten tudatos célként jelenik meg. Ennek érdekében csapatépítő rendezvényeket és közös eseményeket szerveznek, amelyek azonban jellemzően világi jellegűek. Itt is inkább menedzsmentérvek érvényesülnek, nem pedig vallási motivációk.

A méltányos bérezés kérdése a kutatás egyik legérzékenyebb és legkevésbé verifikálható témája. A kutatás módszertani korlátai miatt kizárólag a vállalkozók önbevallására hagyatkozhatunk. A témát hitelesen csak akkor lehetne mélyebben vizsgálni, ha a munkavállalók nézőpontja, az iparági átlagbérek, a régiós megélhetési költségek és egyéb objektív adatok is rendelkezésre állnának. A jelen kutatás alapján azonban annyi kijelenthető, hogy a vállalkozók törekednek a méltányosságra, és ez a kérdés foglalkoztatja őket.

A becsületesség és az etikus üzleti működés szintén nehezen kutatható terület, különösen kvalitatív interjúk alapján. Még pénzügyi audit esetén is nehéz volna objektív megállapításokat tenni ezen a téren, így a kutatás arra szorítkozhat, hogy a résztvevők saját értelmezésük szerint becsületesnek tartják magukat.

Számos vállalkozó kiemelte, hogy fontos számára a közösség, amelyhez tartozik, legyen az egy földrajzi közösség vagy egyházközség. Ezeket a közösségeket anyagiakkal vagy más módon is támogatják. Néhányan saját vállalkozói szerepüket is szolgálatként élik meg: egyesek lelki segítőként, mások „atyai szerepben” tekintenek önmagukra a munkatársaik irányában. Ezek az önértelmezések arra utalnak, hogy a vezetői attitűdök sokszor túlnyúlnak a funkcionális szerepen.

Fontos hangsúlyozni, hogy a kutatás nem reprezentatív, hiszen mindössze tizenkét interjú készült. A mintavétel módja és a keresztény vállalkozó fogalmának bizonytalan körvonalazása is korlátozza az eredmények általánosíthatóságát. A narratív kutatás módszertani sajátosságai szintén kihívásokat jelentenek: a vállalkozók elbeszéléseiből nem vonható le egyértelmű következtetés a szervezet tényleges működésére és kultúrájára vonatkozóan. Így a szándék és a valóság közötti viszony csak további kutatások révén tisztázható.

A legkézenfekvőbb irány a vizsgált dimenziók kiterjesztése az alkalmazottakra, hogy összehasonlíthatóvá váljanak a vezetői és munkavállalói narratívák. Az interjúkon és fókuszcsoportokon túl más módszerek – például dokumentumelemzés, megfigyelés vagy kérdőíves vizsgálat – is segítenék a teljesebb kép kialakítását. Emellett érdemes lenne bevonni a kutatásba nem keresztény önmeghatározású vállalkozókat is, hogy összehasonlító elemzések révén jobban láthatóvá váljanak a vallási háttér szerepei. További kutatási irányt jelenthet a katolikus és nem katolikus vállalkozók összehasonlítása, különös tekintettel arra, hogy más földrajzi kontextusban – például Észak- és Dél-Amerikában – már születtek ilyen típusú kutatások.

Összességében elmondható, hogy bár a keresztény értékek a vállalkozók elbeszéléseiben hangsúlyosan megjelennek, ezek hatása a vállalkozások mindennapi működésében már kevésbé markáns. A menedzsment gyakorlata döntően pragmatikus, nem ideológiai alapú. Noha valamennyi résztvevő jelezte, hogy vett részt keresztény menedzsmentképzésen vagy konferencián, ezek eredményei a legtöbb esetben nem váltak a szervezeti működés szerves részévé. Egyetlen kivételt egy katolikus vállalkozó jelent, aki cégét teljes egészében az amerikai neoprotestáns Kingdom at Work vezetési és menedzsmentmodell alapján alakította ki.

A jelen tanulmányban bemutatott eredmények a vállalkozások filozófiai és szervezeti működését vizsgáló interjúblokk alapján készültek. A kutatás további részeként a keresztény vállalkozók személyes hitéletére, motivációira, vezetői önértelmezésére és identitásreflexiójára vonatkozó anyag külön tanulmányok keretében dolgozzuk fel, ami reményeink szerint tovább árnyalja majd az egyén vallásos élete és vállalkozása közötti kapcsolat teljesebb megértését.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Ambrus, T. (2013). *Vállalkozói műhelytitkok Erdélyben*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó.
- Argandoña, A. (2012). What is Different in a Christian Manager? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2079568>
- Ashar, H., & Lane-Maher, M. (2004). Success and Spirituality in the New Business Paradigm. *Journal of Management Inquiry*, 13(3), 249–260. <https://doi.org/10.1177/1056492604268218>
- Audretsch, D. B., Boente, W., & Tamvada, J. P. (2007). *Religion and entrepreneurship* (Jena Economic Research Papers 2007,075). Friedrich Schiller University Jena and Max Planck Institute of Economics. <http://hdl.handle.net/10419/25667>
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587–598. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587>
- Butera, E. (2009). *Teaching entrepreneurship in christian perspective*. https://christinthe classroom.org/vol_40/40cc_053-068.pdf
- Cullen, M., Calitz, A., & Boshoff, L. (2013). Characteristics of the Christian Entrepreneur: An Exploratory Study. *Journal of Development and Leadership*, 2.
- Csata, Zs. (2013). A vállalkozói aktivitás egyes sajátosságai és tényezői Erdélyben. *Térületi Statisztika*, 16(1), 21–37.
- Dougherty, K., Neubert, M., Rogers, J., & Park, J. Z. (2013). A Religious Profile of American Entrepreneurs. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 52(2), 401–409.
- Gergely, O. (2013). *Vállalkozás női módra: A székellyföldi női vállalkozók profiljának és motivációinak vizsgálata*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet.
- Hanna, M. F. (2006). What is „Christian” About Christian Leadership? *Journal of Applied Christian Leadership*, 1(1), 21–31.
- II. János Pál (1981). *Laborem exercens kezdetű enciklikája a Rerum Novarum enciklika megjelenésének 90. évfordulója alkalmából*. Szent István Társulat.
- Kiss, U. (2017). *Szolgáló vezető: A tanuló vállalkozásban*. Jezsuita Kiadó.
- Klein, B., & Klein, S. (2012). *A szervezet lelke*. Edge 2000.
- Kovács, G. (2017). *Keresztény és buddhista vállalkozók értékorientációja* [PhD, Corvinus University of Budapest]. <https://doi.org/10.14267/phd.2017038>
- Kürtösi, Z. (szerk.). (2013). *Gazdasági alapismeretek I.* <https://eta.bibl.u-szeged.hu/1269/>

- XIII. Leó, & Prohászka, O. (1991). *XIII. Leó pápa apostoli körlevele a munkások helyzetéről* (repr. kiad). Szent István Társulat.
- Letenyei, L. (2006). *Szöveggyűjtemény a települési és térségi tervezés társadalomtudományos alapozása* 2. Ráció – L'Harmattan.
- Naughton, M. J., Alford, H. J., & Árokszállási, Z. (2009). *Menedzsment, ha számít a hit: Keresztény társadalmi elvek a modern korban*. Kairosz.
- Tornielli, A. (2015). *Ferenc pápa – ez a gazdaság öl*. Jezsuita Kiadó.
- Tóth, E., & Csapóné Riskó, T. (2018). Keresztény szempontú menedzsment gyakorlatok. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(3), 14–30. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2018.3.2>
- Vályi, G. (2008). *Szervezetpszichológia; család és életmód*. Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet. https://www.nive.hu/Downloads/Szakkepzesi_dokumentumok/Bemeneriti_kompetenciak_meresi_ertekelesi_eszkozrendszerenek_kialakitasa/2_1356_tartalom_elem_012_munkaanyag_100331.pdf
- Weber, M. (2020). *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*. L'Harmattan Kiadó.

ET

TÁMPONT 2

Nogy Angyalka-Izolda¹

Erdélyi első generációs diplomás nők esküvőszervezési narratívái

Kivonat

Tanulmányomban azt vizsgálom, miként jelenik meg a felfelé irányuló társadalmi mobilitás élménye az első generációs diplomás nők esküvőszervezési narratíváiban, valamint hogy ez a mobilitási tapasztalat milyen módon befolyásolja az esküvővel kapcsolatos döntéseiket, érzéseiket és a származási, továbbá az elért új társadalmi közegehez való viszonyulásukat. A kutatás empirikus adatait 16 félig strukturált interjú képezi, amelyek olyan erdélyi fiatal nőkkel készültek, akik amellet, hogy első generációs diplomások, az utóbbi három-négy évben házasodtak, vagy éppen a kutatás időpontjában még aktívan szervezték esküvőjüket. Az elemzésből kiderül, hogy az interjúalanyok narratíváiban a mobilis életpálya kezdeti szakaszának nehézségei és bizonytalanságai domináltak, ellentétben a várt osztályváltásra való reflexióval. Összességében tehát megállapítható, hogy a mobilitás élménye még nem elég hangsúlyos abban az élet- és pályaszakaszban, amelyben az interjúalanyok fiatal felnőttként vannak, ahhoz, hogy tudatos esküvői reprezentációt alakítsanak ki, így az osztályváltás élménye többnyire hiányzik a narratívákból. Az esküvőszervezést ehelyett a hagyományos és modern elemek közötti dilemma irányítja, ahol az új minták befogadása nagyrészt reflektálatlan és a közegeváltás során szerzett tapasztalatok függvénye. Az új, középosztálybeli habitus elemei így jellemzően közvetve és reflektálatlanul jelennek meg, nem pedig tudatos státuszreprezentációként.

Kulcsszavak: társadalmi mobilitás, habitus, első generációs diplomások, esküvőszervezési narratívák

Abstract. Wedding Planning Narratives of First-Generation University Graduate Women from Transylvania

In my study, I examine how the experience of upward social mobility is reflected in the wedding planning narratives of first-generation female university graduates, and how this mobility experience influences their decisions, emotions, and their relationship to both their social background and the new social environment they have achieved. The empirical data for the research consists of 16 semi-structured interviews conducted with young women from Transylvania who, besides being first-generation graduates, had either married within the last 3–4 years or were actively planning their weddings at the time of the research.

The analysis reveals that the narratives are dominated by the difficulties and uncertainties of the early stages of their mobile life paths, rather than by reflections on their expected class transition. Overall, it can be stated that in the life and career stage the interviewees are experiencing as young adults, the experience of mobility is not yet prominent enough to produce a conscious representation through the wedding, and class transition is therefore largely absent from their narratives. Instead,

1 Szociológus. E-mail: angyalnagy20@gmail.com

wedding planning is shaped by the dilemma between traditional and modern elements, with the adoption of new patterns being largely unreflective and dependent on experiences gained through exposure to new social contexts.

As a result, elements of the new middle-class habitus tend to appear indirectly and without conscious reflection, rather than as deliberate representations of status.

Keywords: social mobility, habitus, first-generation university graduates, wedding planning narratives

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Nogy, A. (2025). Erdélyi első generációs diplomás nők esküvőszervezési narratívái. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 139–159. <https://doi.org/10.17177/77171.313>

I. BEVEZETŐ

A felfelé irányuló társadalmi mobilitást a közbeszédben gyakran egy ideálisan elérendő, pozitív állapotnak tekintik. A mobilitás témakörével a társadalomtudósok sokasága foglalkozott és foglalkozik ma is, azonban nincs egyetértés abban, hogy milyen feltételek mellett hat a mobilitás kedvezően az egyének kapcsolataira és mentális jóllétére, illetve mikor jár inkább feszültségekkel. Sorokin (1959) disszociatív tézise szerint a felfelé irányuló mobilitással járó feszültségek érzelmi megterhelést okoznak, mivel az egyén kénytelen elhagyni korábbi világát, hogy beilleszkedjen egy újba. Ezzel szemben más kutatók (pl. Goldthorpe et al., 1987; Marshall–Firth, 1999) nem tulajdonítanak negatív következményeket a mobilitásnak.

Az utóbbi években egyre több kvalitatív kutatás jelent meg (pl. Friedman, 2016; Nyíró & Durst, 2021), amelyek mikroszinten vizsgálják a társadalmi mobilitást megélő egyének tapasztalatait. Ezek a tanulmányok erőteljesen támaszkodnak Bourdieu habitusfogalmára, amely segíti értelmezni, miként válhat a mobilitás érzelmileg is megterhelő folyamattá (Bourdieu, 2016).

Kutatásomban ezekből kiindulva vizsgáltam első generációs diplomás nők mobilitással kapcsolatos megéléseit, kifejezetten az esküvő kontextusában. Az esküvő ugyanis sok szempontból az a reprezentációs esemény, ahol egyrészt a pár lehetőséget kap megmutatni társadalmi sikerességét, másrészt ennek az eseménynek a keretén belül találkozik a mobilis egyén régi és új közege is, ami szintén jelentős hatással lehet a mobilitást megélő egyénre. Feltételezésem szerint az osztályváltás leginkább az esküvőszervezéssel kapcsolatos ízlésbeli döntésekben válik érzékelhetővé. Ez az egyensúlyozás különösen olyan konkrét döntések során válik nyilvánvalóvá, mint a vendéglista összeállítása, a menüsor, a zenei stílus vagy az esküvő helyszínének kiválasztása. Ez a kettősség gyakran komoly feszültségforrást jelent a menyasszony és családja között, amely döntésképtelenséghez vagy büntudathoz vezethet, különösen akkor, ha a nők a saját, újonnan elsajátított értékeik mentén döntenek a családi elvárásokkal szemben. Éppen ezért kutatásom egyik fő kérdése, hogy milyen módon jelenik meg a nők esküvőszervezési narratíváiban az osztályváltás, az új közeg? Ha reflektálnak is erre bármilyen módon, köthető-e ez a régi és új osztály, társadalmi közeg közötti disztinkcióhoz? Végül azt is szeretném feltárni, hogy alakítja-e

egyáltalán ezeket a narratívákat az, hogy ők szüleikhez képest mobilisak voltak, és ha igen, hogyan?

A kérdések megválaszolására kvalitatív kutatást végeztem, amelynek keretében 16 interjút készítettem olyan erdélyi fiatal nőkkel, akik az utóbbi három-négy évben házasodtak, vagy a kutatás idején éppen esküvőjüket szervezték. A következőkben a tanulmány elméleti keretében röviden összefoglalom a bourdieu-i habituselméletet és az erre alapozó, mobilitás hatásait vizsgáló empirikus kutatásokat, majd a meglévő szakirodalmak alapján komplexebb képet ismertetek a romániai mobilitási lehetőségekről, és végül áttekintem a kortárs esküvőszervezési narratívákkal foglalkozó szakirodalmat.

2. SZAKIRODALOM ÁTTEKINTÉSE

2.1. A társadalmi mobilitás vizsgálata Bourdieu habitusfogalmának fényében

A társadalmi mobilitás, különösen annak felfelé irányuló formája, nem csupán a sikeres előrejutás története, gyakran kísérik olyan negatív egyéni tapasztalatok, mint a stressz, az identitásválság vagy a „két világ között rekedtség” élménye. Ezeknek a szubjektív következményeknek a megértése elengedhetetlen a mobilitáskutatók számára, mivel árnyalja a tisztán strukturális vagy gazdasági elemzéseket, ugyanakkor a kutatók számára kihívást jelenthet ezen negatív tapasztalatok mélyebb okainak feltárása. Ezeknek a mélyebb okoknak a feltárásához kínál kivételesen hasznos elméleti eszközt Pierre Bourdieu habitusfogalma. A habitus koncepciója különösen alkalmas lehet a mobilitáskutatók számára annak megértésére, hogy a társadalmi térben való pozícióváltás miért lehet egyéni szinten annyira problematikus és feszültségekkel teli (Friedman, 2016; Nyíró & Durst, 2021).

A habitus diszpozíciók rendszere, vagyis olyan tartós hajlamok és készségek összessége, amelyek az egyének szocializációjuk során szerzett tapasztalataikból erednek, és strukturálják észlelésüket, gondolkodásukat, viselkedésüket (Bourdieu, 2000; 2016). A habitus egyszerre strukturált, mivel a társadalmi környezet alakítja ki, és strukturáló, mert hozzájárul a társadalmi rend reprodukciójához. A habitus az egyén társadalmi pozíciójának belsővé tett leképeződése, de nem statikus, mivel képes reagálni a társadalmi változásokra, ugyanakkor azok korlátait is hordozza (Bourdieu & Wacquant, 1992).

A társadalmi mobilitás során azonban előfordulhat, hogy a habitus és az új társadalmi környezet között feszültség alakul ki. Ilyen esetekben beszélhetünk hiszterézisről (Bourdieu, 1990), amikor a diszpozíciók már nem illeszkednek az új környezethez, ami diszlokációhoz és akár identitásválsághoz vezethet (Friedman, 2016). Ugyanakkor Bourdieu nem dolgozta ki alaposan a hasadt habitus fogalmát, mivel azt gondolta, mindez nagyon ritkán fordul elő (Friedman, 2016). Ezzel szemben az utóbbi években több empirikus kutatás is készült, amely igazolja, hogy a hasadt habitus sokkal gyakoribb, mint azt Bourdieu gondolta volna.

Friedman (2016) rámutat, hogy az egyén habitusa nemcsak a társadalmi mobilitási pálya irányát, sebességét és kiterjedését tükrözi, hanem az osztályhelyzet, a nem és az etnikai hovatartozás összetett kölcsönhatásában is formálódik. Tanulmányában rámutat, hogy akik rövid távú mobilitást vagy lassú, fokozatos előrelépést éltek meg, könnyebben alkalmazkodtak az új helyzetekhez, különösen, ha szorosan kötődtek származási közegük kultúrájához, bár ez a kötődés

gátolhatja is az előrejutást. Ezzel szemben a hirtelen, nagy léptékű mobilitási pályák, mint például amikor valaki munkásosztálybeli háttérből elit iskolákba kerül, identitásbeli feszültségekhez és érzelmi töréspontokhoz vezethetnek, mivel az egyén egyik közege sem tud már teljesen igazodni. Az egyenetlen mobilitási pályák, különösen a magas kulturális tőkét igénylő területeken, belső vívódást, önbizalomhiányt és rejtett sérüléseket okozhatnak az egyén számára.

Nyíró és Durst (2021) magyarországi kutatásai megerősítik, hogy a hasadt habitus nem törvényszerű velejárója az oktatási mobilitásnak. Friedmanhoz (2016) hasonlóan ők is megállapították, hogy a mobilitási pálya bizonyos jellemzői növelik a hasadt habitus kialakulásának valószínűségét, ugyanakkor ezek mellett behoznak új jellemzőket is, mint a földrajzi mobilitás mértéke, a származási család aspirációs tőkéje. Rámutattak, hogy ezen jellemzők kölcsönhatásai, valamint egyedi tényezők, mint a személyiség és az életesemények, tovább árnyalják a mobilitás megélését. Kutatásukban kiemelték a származási közösséghez való viszony központi jelentőségét, amelyben különösen fontos tényezőként azonosították a kötődés érzését és az ezzel járó lojalitási dilemmát. Hangsúlyozták, hogy az eredeti közegtől való esetleges érzelmi távolodás és az új közegbe való beilleszkedés közötti feszültség kulcsszerepet játszik a mobilitás szubjektív tapasztalatában és a hasadt habitus potenciális kialakulásában.

Hadas (2021) a klasszikus bourdieu-i kereteket továbbgondolva dolgozza ki a plurális habitus fogalmát, amely a diszpozíciók sokféleségét hangsúlyozza. Elméletének megalkotásához Norbert Elias folyamatszociológiáját és a hasadt habitus fogalmát használó mobilitáskutatásokat hívja segítségül. A plurális habitus életciklusok és átmeneti rítusok során formálódik, folyamatos átalakulásban van, így a zárt, statikus habitus eszméje tarthatatlan. A felfelé mobilis egyének új diszpozíciókat integrálnak életük során, de mobilitás nélkül is kialakulhatnak plurális diszpozíciók például a szülők eltérő társadalmi helyzetéből fakadóan. A habitus beépülése háromféle stratégián keresztül történik. A kényszerítés a hatalom intézményeihez, elsősorban az államhoz és az egyházhoz kapcsolódik, amelyek szabályok, előírások és elvárások révén formálják az egyének viselkedését. A megerősítés olyan folyamatokban valósul meg, mint a jutalmazás és az utánzás, amelyek leginkább a családi szocializációban és az iskolai nevelés során érvényesülnek. A csábítás pedig a piaci szereplők stratégiája, akik különféle eszközökkel igyekeznek felkelteni az egyénekben az igényt bizonyos termékek vagy szolgáltatások iránt, és ezzel formálják diszpozícióikat. Ezen kívül fontos megkülönböztetni a diszpozíciók beágyazódásának mértékét is, hiszen léteznek teljes diszpozíciók, amelyek például egyes hivatásoknál szorosan összekapcsolódnak a szerepeltvárásokkal, valamint részleges diszpozíciók, amelyek lazábban, kevésbé kötötten épülnek be az egyén habitusába.

2.2. Középosztály és a mobilitás romániai kontextusa

Az egyének társadalmi mobilitása szempontjából különösen fontos, hogy az adott társadalom mennyire nyitott vagy éppen zárt. A román társadalom esetében ezt a kérdést több szempontból is érdemes körüljárni. Egyrészt a középosztály mérete és összetétele az, ami sokat elárulhat a mobilitási lehetőségek valóságáról, másrészt a társadalmi rétegződés szerkezete, a mobilitási pályák iránya és a különböző generációk lehetőségei is árulkodóak lehetnek.

Ioniță (2015) definíciója alapján a középosztályt a népesség azon része alkotja, amely olyan jellemzőkkel és előnyökkel rendelkezik, amelyek biztosítják számára a jó életszínvonalat. A középosztály pontos meghatározása azonban nem egyszerű feladat, mivel a társadalmi osztályok

közötti határok kijelöléséhez egységes és megbízható kritériumokra lenne szükség, azonban ezek túlzott sokfélesége szubjektívvá teheti az osztályozást. Emellett az elemzést tovább nehezíti a részletes vizsgálathoz szükséges adatok hiánya, ami korlátozza a társadalmi rétegződés mélyebb megértését (Ioniță & Vasile, 2013).

A 2000-es évek eleji kutatások alapján az a kép rajzolódik ki a román társadalmi szerkezetéről, hogy az erősen rétegzett és osztályalapú, ami jelentősen korlátozza az egyének mobilitási lehetőségeit. Ebben a struktúrában a középosztály egy viszonylag zárt csoport, amelyet az endogámia és az oktatási, illetve munkaerőpiaci előnyök generációk közötti átörökítése jellemez. A társadalmi mobilitás többnyire csak osztályon belül lehetséges, bár a szocializmus után nőtt a felfelé irányuló mobilitás aránya, sok esetben ez csak horizontális mozgást jelent, amely nem jár együtt komolyabb státuszváltással (Cucu, 2007; Pop, 2015).

Később Mărginean (2015) a középosztály méretének becslésére vállalkozott, az iskolázottságot és a foglalkozási kategóriát használva referenciamutatóként. A középosztályhoz való tartozás feltételeként a középiskolai végzettséget és a szellemi munkavégzést jelölte ki, míg egy tágabb megközelítésben a középosztályba azokat sorolta, akik a foglalkoztatottak között legalább középiskolai végzettséggel rendelkeznek. Ezek alapján a tágan értelmezett középosztály 2012-ben a román népesség több mint a felét tette ki, míg a szűken vett középosztály csupán a foglalkoztatottak egynegyedét. Bár Mărginean (2015) optimistán tekintett a jövőbe, és a középosztály bővülésére számított a tudásalapú társadalom fejlődésével, a frissebb kutatások továbbra is törékeny és instabil román középosztályról számolnak be (Țăra, 2017). Ez a réteg nemcsak számszerűen szűk, hanem összetételét tekintve is változékony, mivel tagjai a gazdasági és társadalmi körülmények hatására könnyen elmozdulhatnak a társadalom más rétegei felé.

Romániában az oktatási expanzió egyik negatív következménye a túlképzettség és az oktatás-munkaerőpiac közötti diszkrepancia növekedése lett, mivel a gazdaság fejlődése nem tartott lépést a kibocsátott diplomások számával (Jecan & Pop, 2012). Ezt súlyosbította a felsőoktatás decentralizációja, ami csökkentette a képzések standardizáltságát. Ennek eredményeként, valamint a piaci igényektől lemaradó oktatási rendszer miatt, a végzettek gyakran kénytelenek képzettségük alatti munkát vállalni, miközben az elhelyezkedésben a formális intézmények helyett a személyes kapcsolatok és munkaközvetítők szerepe nőtt (Csata, 2006).

Az erdélyi magyar fiatalok körében az expanzió szintén megduplázta a diplomások számát, bár ez javította egyesek esélyeit magasabb státuszú állásokra, sokak munkaerőpiaci integrációja nehézkes maradt. Az alacsony végzettségűek helyzete eközben alig változott. A területi különbségek is konzerválódni látszanak, mivel az idő előrehaladtával is megmaradt a vidékiek hátránya a városiakkal szemben (Veres, 2020).

Egy frissebb tanulmány rámutat arra, hogy a román oktatási rendszer problémái elsősorban az alap- és középfokú oktatásban gyökereznek, mivel a diákok eredményei nagyobb mértékben függenek a családi háttértől, különösen a szülők foglalkozási státuszától és kulturális tőkétől (Țoc, 2016). A középosztálybeli szülők érzékelve mindezt igyekeznek tanórán kívüli foglalkozásokra befizetni gyerekeiket, amelyek nemcsak anyagi, hanem érzelmi és fizikai befektetést is jelentenek, miközben jelentős terhet rónak a családokra. Ezek a tevékenységek nemcsak az oktatást, hanem a gyerekek szocializációját is szolgálják, mivel lehetőséget biztosítanak számukra, hogy más középosztálybeli gyerekekkel barátkozzanak és elsajátítsák a középosztálybeli érték-

rendet, így próbálják a szülők ellensúlyozni az osztálypozíciójuk bizonytalanságát a posztkommunista társadalmi kontextusban (Savu et al., 2020).

Vizsont mi történik azokkal a fiatalokkal, akik nem rendelkeznek középosztálybeli háttérrel? Papp és Zsigmond (2021) kvantitatív kutatása szerint az első generációs egyetemi hallgatók hátrányos helyzetben vannak a többgenerációs diákokhoz képest, mivel a szülők foglalkozási háttere hatással van a fiatalok szakmai fejlődésére. Bár anyagi szempontból nincs jelentős különbség, az első generációs diákok gyakran érzik magukat hátrányosabb helyzetben, és diszkriminációval is szembesülnek. A többgenerációs diákok előnye a kulturális dimenzióban mutatkozik meg, mivel gyakrabban beszélnek idegen nyelveken és részesültek iskolán kívüli oktatásban. Egy másik kutatás arra jutott, hogy az első generációs diákok karrierválasztásakor is hátrányos helyzetben vannak, mivel alacsonyán képzett szüleik nem tudják segíteni őket a megfelelő szak kiválasztásában. Az oktatási intézmények célzott segítséggel, például pályatanácsadással enyhíthetnék ezeket a hátrányokat (Ion, 2023).

2.3. Kortárs esküvőszervezői minták

Az ezredforduló óta Európa-szerte erősödik az élettársi kapcsolatok társadalmi elfogadottsága, amely a házasság egykori legitimáló szerepét fokozatosan háttérbe szorítja. A házasságkötések száma csökken, azonban a házasság továbbra is megmarad, mint „ideális életforma” (Spéder, 2005). Habár az élettársi kapcsolatok növekvő társadalmi elfogadottsága háttérbe szorítja a házasság jogi és társadalmi legitimációs szerepét, a kortárs esküvők mégis minden eddiginél látványosabb, költséges és komoly előkészületeket igénylő eseményekké válnak.

Carter és Duncan (2016) kvalitatív kutatásában egyrészt ezen az ellentmondáson keresztül próbálja megérteni a kortárs esküvőszervezési minták alakulását Nagy-Britanniában. Emellett a szerzőpáros egy másik ellentmondásra is felhívja a figyelmet a kortárs esküvőkkel kapcsolatban, ugyanis bár ezeket az eseményeket gyakran egyedinek és személyre szabottnak értelmezik, mégis erőteljesen meghatározzák a kulturális normák, amelyek következtében az esküvők mégis nagyon egyformák, hiszen túlnyomórészt ugyanazon „hagyományos” elemeket foglalják magukba.

Az első látszólagos ellentmondás könnyen feloldható, ha más kutatók eredményeit is figyelembe vesszük. Boden (2003) szerint az esküvő kulturális eseményként lehetőséget ad a társadalmi sikeresség demonstrálására, ami magyarázza a magas költségeket. Carter és Duncan (2016) ehhez hozzáteszik, hogy az esküvő érzelmi elköteleződés kifejezésére is szolgál, a párok saját projektként tekintik az esküvőjüket, amelynek keretén belül nemcsak társadalmi, hanem érzelmi sikerüket is demonstrálják.

Továbbá a szerzők a kortárs esküvők kapcsán felmerülő második ellentmondásra válaszolva három, a jelen tanulmány szempontjából is fontos ideáltipikus csoportot különítenek el annak mentén, hogy a párok hogyan viszonyulnak a hagyományos elemekhez az esküvőjük szervezésekor. Az első és legnagyobb ilyen ideáltipikus csoport a „konformistáké”, akik többnyire reflektálatlanul követik a hagyományos, „fehér esküvő” forgatókönyvét. A második csoport az „újraalkotók”, akik a hagyományos elemek szelektív felhasználásával próbálnak egyediséget teremteni, míg a harmadik csoportba tartozó „alternatívok” igyekeznek teljesen eltávolodni a hagyományos sablonoktól, habár ők sem tudják azokat teljes mértékben elkerülni. A statisztikailag nem reprezentatív mintán alapuló csoportosításból az is kiderült, hogy a „konformista”

csoport képviselői túlnyomó részben fiatal munkásosztálybeliek, míg a másik két csoport tagjai jellemzően idősebb középosztálybeliek. Ez azzal is magyarázható, hogy a hagyományok újraelkötése vagy az azoktól való elszakadás kísérlete sokkal több társadalmi feszültséggel és kognitív erőfeszítéssel jár, mint annak elfogadása.

Az esküvőknek a társadalmi sikeresség bemutatásán túl még a kortárs kontextusban is nagy szerepe van abban, hogy átmeneti rítusként (Turner, 1996) csökkenteni próbálja a mindennemű feszültséget, amely a szerepátmenet kapcsán felmerülhet. Azok a párok, amelyek számára az átmenet drasztikusabb, mivel házasság előtt nem éltek együtt párjukkal vagy hagyományos értékeket valló családi környezetből érkeznek, nagyobb valószínűséggel tartanak bonyolultabb rituálékkal teletűzdelt esküvőket. Ezzel szemben azok a párok, amelyek esküvő előtt együtt éltek, vagy legalábbis nem a szüleikkel laktak, nagyobb valószínűséggel hagyják ki az egyházi szertartást, és kisebb, egyszerűbb esküvőt rendeznek (Kalmijn, 2004).

Ha a kortárs esküvőkről beszélünk, a fogyasztás elválaszthatatlan része ezeknek az eseményeknek, amely több szinten is értelmezhető. Egy iráni párokkal végzett kutatásban Rastegar és munkatársai (2014) arra mutatnak rá, hogy a fogyasztói magatartást az a vágy vezérli, hogy az esküvő tökéletes előadásként valósuljon meg, amely tükrözi a pár ízlését és identitását, miközben tudatosan egy maradandó emlékként őrizhető élményt is igyekeznek megalkotni. Ezzel szemben a nyugat-európai és amerikai kutatások, mint például Boden (2001) munkája, inkább a média befolyásolóerejére fókuszálnak, amely a hírességek esküvőin és menyasszonyi magazinokon keresztül közvetít mintákat és elvárásokat, létrehozva ezáltal a „szupermenyasszony” ideálját, aki egyszerre testesíti meg a romantikus ábrándokat és a tudatos fogyasztást, miközben érzelmi nyomást is gyakorol a nőkre. Az esküvői ipar ezáltal nemcsak termékeket kínál, hanem az érzelmek és képzelet irányításával fenntart egyfajta állandó feszültséget a nők számára, amely egyaránt lehet felszabadító és korlátozó.

3. MÓDSZERTAN

Vizsgálatom empirikus alapját 16 narratív elemekben gazdag, félig strukturált interjú képezi, amelyekkel egyfajta habitusvizsgálatra törekedtem. Az interjúalanyaim erdélyi, első generációs diplomás nők voltak, akik az elmúlt három-négy évben házasodtak vagy a kutatás időpontjában éppen szervezték a közeljövőben megtartandó esküvőjüket. Első generációsoknak azokat a nőket tekintettem, akiknek szülei legfeljebb középfokú végzettséggel rendelkeznek, ők maguk viszont egyetemi diplomát szereztek. A megkérdezett nők túlnyomó többsége erdélyi magyar, de két román nyelvű interjút is sikerült készítenem, mivel egy tágabb perspektívára törekedtem, és arra, hogy a témát ne kizárólag etnikai síkon vizsgáljam. Kutatásom alanyai azért a nők lettek, mivel egyrészt személyes tapasztalataim, másrészt az esküvővel foglalkozó szakirodalom alapján (Arend, 2016) kijelenthető, hogy ők azok, akik tervezik és szervezik az esküvőket.

A kvalitatív minta, amellyel dolgoztam, alapvetően ún. kényelmi minta (convenience sampling). A mintavételt vegyes módszerrel végeztem, több forrást kombinálva. Először Kolozsvár környéki református és unitárius lelkészek segítségével jutottam el interjúalanyaimhoz, majd saját ismeretségi körömet is bevontam. Mivel egyre nehezebb volt a kutatási feltételeknek megfelelő személyeket találni, végül a hólabda módszert is alkalmaztam, és minden új alanytól

további kontaktokat kértem. Mint a kismintás kvalitatív vizsgálatok esetében általában, a mintavétel során tematikus reprezentativitásra törekedtem, ezért az első generációs háttér mellett arra is figyeltem, hogy az interjúalanyok különböző szakmai háttérrel rendelkezzenek. Így a kényelmi mintámban szerepel tanár, logisztikai menedzser, újságíró, lelkész és mérnök is. Emellett néhány interjúalany olyan fiatal nő, aki a tanulmányai befejezését követően közvetlenül családot alapított, így a munkaerőpiacon még nem helyezkedett el. Ami az interjúalanyok életkorát illeti, nem volt ezzel kapcsolatosan előre meghatározott szempont, mégis a megkérdezett nők életkora 23–29 év közötti volt, és csak egyetlen idősebb, 36 éves nő került a mintába.

Az interjúk nagyobb része a viszonylag nagyobb földrajzi távolság miatt online térben történt, viszont két esetben sikerült személyesen is találkozni az interjúim alanyaival. Az interjúkat legtöbb esetben azzal kezdtem, hogy megkértem az alanyokat, hogy mutakozzanak be, beszéljenek a családjukról, párjukról és tanulmányi háttérükről. Csak ezek után tértünk át az esküvő témakörére, ahol törekedtem egy olyan, a narratív interjúk módszertanából kölcsönzött kérdés feltevésére, amelyre a nők hosszan és szabadon válaszolhatnak elmondva mindent, amit ők fontosnak tartanak az esküvőjük körül. Elsődleges célom azonban nem a téma kimerítő átbeszélése volt, hanem teret engedni az interjúalanyoknak ahhoz, hogy minden, számukra releváns aspektust ki tudjanak fejteni. Az összegyűjtött adatokat végül a tematikus elemzés módszerével dolgoztam fel (Braun & Clarke, 2006).

4. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

4.1. A minta bemutatása

A kutatási mintát alkotó első generációs diplomás nők többsége 23–29 év közötti fiatal felnőtt, aki középfokú iskolai végzettségű, többnyire fizikai munkát végző szülői háttérrel rendelkezik. A továbbtanuláshoz a legtöbben szüleik bátorítására és anyagi támogatására is támaszkodhattak, ugyanakkor akadtak olyan esetek is, ahol a szülők nem bátorították a továbbtanulást vagy éppen anyagi helyzetük nem tette lehetővé a támogatást. Még azokban az esetekben is, ahol a szülői támogatás jelen volt, a továbbtanulással járó anyagi terhek továbbra is kihívást jelentettek, amelyeket különféle megküzdési stratégiák alkalmazásával igyekeztek áthidalni. Egyes hallgatók a jobb tanulmányi eredmények elérésére törekedtek az ösztöndíj elnyerésének reményében, míg mások az egyetemi tanulmányaik mellett munkát vállaltak. Emellett több esetben a kihelyezett egyetemi képzések bizonyultak könnyebben hozzáférhetőnek.

A kihelyezett egyetemi karon való tanulás viszont feltételezhetően kihathat az egyéni mobilitási pályára is (Friedman, 2016). Mivel, hogyha valaki az egyetemi évek alatt otthon él, kevésbé tapasztal éles váltást középiskolai éveikhez képest, kevésbé szakad el az otthoni közegétől, és feltételezhetően kimarad a merőben más közegben történő szocializáció egy részéből. Ezek miatt vélhetőleg a mobilitási pályája is lassabb, kevésbé meredek, mivel nem tapasztal nagy változásokat, amelyek törést okozhatnának a habitusában.

Az egyetem utáni munkaerőpiaci integráció a legtöbb esetben szintén nem volt zökkenőmentes az interjúalanyaim számára, mivel míg egyeseknek sikerült friss diplomásként elhelyezkedni a végzettségüknek megfelelő szintű munkakörben, mások kénytelenek alulfizetett vagy a végzettségüknek nem megfelelő munkákat végezniük. Ami az anyagi helyzetüket illeti, a véle-

mények megoszlanak, néhányan életszínvonaluk emelkedéséről számoltak be, míg mások nem érzik úgy, hogy jobban élnének, mint szüleik, amit részben a pályakezdő életszakasz is indokol.

4.2. Hagyományos és új elemek az esküvőszervezésben

Amikor megkértem az interjúalanyaimat, hogy meséljenek nekem az esküvőjükéről vagy éppen annak szervezéséről azokban az esetekben, ahol még a tervezési fázisban tartottak, minden esetben első lépésként a házassági döntés után a vendégek összeírásának folyamatáról és a helyszín kereséséről kezdtek el mesélni. Aztán nagyon hasonlóan folytatták a beszámolót, ami nem meglepő, mivel miközben szeretnének a legtöbben csak őket tükröző „egyedi” esküvőt, mégis mindenki ugyanazokhoz a hagyományokhoz próbál igazodni, ezért az események nagyon is hasonlóak. Minden esetben ugyanazokat a jól meghatározott lépéseket teszik meg a párok, viszont ezeken belül van lehetőség bizonyos döntések meghozására, amitől a párok vagy esetünkben leginkább a menyasszonyok személyesebbnek, egyedibbnek érzékelhetik az egész eseményt. Dönthetnek arról, milyen stílusú legyen a menyasszonyi ruha, kik zenéljenek az esküvőn, milyen ételt szolgáljanak fel, milyen extra szolgáltatásokat szeretnének igénybe venni, és még nagyon sok apró részletet van lehetőségük eldönteni, ami által úgy érezhetik, hogy az övék más, mint a legtöbb esküvő.

„Hát szerettünk volna valami különlegeset az esküvőnkre... Jó most már egyre divatosabb a koktélbár sok esküvőn, mégsem annyira elterjedt, hogy mindenhol legyen. Minket nagyon megfogott, amikor egy másik esküvőn találkoztunk ezzel. Ahogy láttuk a fiatalokat és a többi vendéget, annyira jó érzés volt nézni, hogy mennyire élvezik. Nem is feltétlenül az alkoholos koktélokra gondolok, hanem arra, hogy lehet többféle dolgot... Például ott van a gyümölcssziget, ami szerintem nagyon jó ötlet. Candy bart nem választottunk, csak az asztalra tettünk süteményeket, de ezek az apróságok is nagyon fel tudják dobni az eseményt. Hát meg szerintem egyedivé is teszi, és utána meg mondjuk viszszajelzéseket is tényleg hallasz az emberektől, hogy ez jó volt.” (Petra, 25 éves, gyártási menedzser)

Viszont az alapján, hogy ki hogyan viszonyul az általa hagyományosnak, illetve modernnek gondolt elemekhez az esküvőszervezés során, és azokat hogyan építi be saját eseményébe, két csoportot sikerült megkülönböztetnem. A csoportok kialakításában Carter és Duncan (2016) tanulmányára támaszkodtam, amelyben az esküvőt szervező párokat a hagyományos elemekhez való viszonyuk alapján csoportosítja. A szerzők három ideáltipikus csoportot különböztetnek meg: a „konformistákat”, „újraalkotókat” és az „alternatívokat”. Az én vizsgálati anyagomban azonban a három ideáltipikus csoportból csak kettő azonosítható be, mivel az alternatív esküvők a mintában nem voltak jelen.

A statisztikailag nem reprezentatív mintám egyik legnagyobb csoportja a „konformistáké” (Carter & Duncan, 2016), ahova azokat a nőket soroltam, akik az általuk és környezetük által hagyományosnak tekintett elemeket kérdések nélkül elfogadták és beépítik saját esküvőjükbe. Az ebbe a csoportba tartozókkal készített narratív interjúk során többször is elhangzott válaszként azokra a kérdéseimre, hogy miért épp azt a menüt vagy például azt a zenét választották,

amit végül is választottak az esküvőjükre, hogy „...a hagyományokhoz próbáltunk igazodni...”, „...a hagyományokhoz próbáltunk ragaszkodni”, vagy éppen az egész eseményre hivatkozva „A hagyományos lakodalmi szálon folyt az egész”. E válaszok alapján úgy tűnik, hogy ezt az irányelvet tudatosan választották, viszont az is jellemző volt, hogy kevésbé tudatosan építkeztek a hagyományosnak számító elemekre, kevesebb reflexióval igazodtak az esküvőkre érvényes normákhoz. Viszont ezek az esetek jól illusztrálják az esküvő átmeneti rítus jellegét is, amelynek alapvető sajátossága, hogy a szertartás során nem alakítják át radikálisan a hagyományos mintázatokat, hanem azokat elfogadva, a társadalmi normák és elvárások mentén navigálnak. Az esküvő tehát olyan rítusként funkcionál, amely előre meghatározott struktúrában valósul meg, biztosítva a társadalmi beágyazottságát és az egyén szerepének érvényesülését az adott közösségben.

„Nem is az, hogy kimondottan, hogy szeretttünk volna, csak hogy ez így jött, mert hogy mindenkinek van... Szóval, hogy ez így jött, mert minden esküvőn ez a megszokott, hogy mindenkinek van, és akkor olyan evidens volt, hogy hát nekünk is lesz.” (Tamara, 23 éves, HR-esként végzett, gyereknevelési szabadságon)

A vőfélyek jelenléte az esküvőkön több esetben is nagyban segítette a hagyományos esemény megszervezését az általa levezetett rituális játékokkal. Bizonyos rituális elemek, mint például a búcsúztatás a szülöktől, fontos része lehet az esküvőnek, amely segítheti a szerepátmenettel járó feszültségek megmutatását és megoldását azokban az esetekben, amikor a pár az esküvő előtt külön élt (Kalmijn, 2004). Viszont a vőfélyek által levezetett játékok jellemzően a hagyományos nemi szerepek kijelöléséről, eljátszásáról is szólnak, amelynek több eleme nehezen egyeztethető össze korunk női méltóságáról alkotott ideáljaival. Ennek ellenére a nők, akik elfogadták, sőt ragaszkodtak a hagyományos elemekhez, ezeket az elemeket is gond nélkül elfogadják és az esküvő természetes velejárójaként értelmezik.

„Volt a fiúbúcsúztatás, a vőlegénynek a búcsúztatása volt benne, aztán jöttek a lányos házhoz, hozzám, hogy kérjenek ki. A kikérő volt... mind a két esetben elbúcsúztatott minket a szülöktől, testvérektől, barátoktól, szomszédoktól stb. Ezt így hagyományos módon szerettük volna, ezt is. Akkor voltak ilyen beépített vicces elemek, például amikor kért ki engem, akkor volt nála egy ilyen óriási mamabugyi, és kereste a gazdáját.” (Barbara, 28 éves, könyvelő)

A konformisták elsősorban a hagyományos elemekhez igazodnak, azonban ez nem jelenti azt, hogy teljes mértékben elzárkóznának a modern megoldásoktól. Inkább olyan újszerű elemeket építenek be esküvőjükbe, amelyek már elkezdtek elterjedni és elfogadottá válni, például ismerőseiknél is látták ezeket. Ilyen modern, „most már egyre divatosabb” elemek közé tartoznak többek között a koktélbárok és a candy barok is.

A második csoportba sorolható fiatal nőket, a már említett Carter és Duncan-elemzés (2016) nyomán „újraalkotóknak” neveztem el, akik azonban – az én kényelmi mintámban – jóval kevesebben vannak a másik csoporthoz képest. Bár ugyanazokhoz a hagyományokhoz

nyúlnak vissza, mint az első csoport tagjai, ők sokkal aktívabban alakítják az esküvőjüket azáltal, hogy megkérdőjeleznek bizonyos hagyományos elemeket, amelyeket adott esetben a saját ízlésük és értékrendjük mentén újragondolnak, vagy akár néhány elemet teljesen ki is hagynak. Emellett sokkal bátrabban építik be a modern elemeket is az esküvőjükbe, mint a „konformisták”. Számukra ezek az újszerű megoldások nem csupán kiegészítői a hagyományos keretnek, hanem eszközként szolgálnak arra, hogy tudatosan eltávolodjanak a megszokott mintától.

„Nem volt ilyen lánykikérés stb. Mivel ezt se tartottuk fontosnak, sőt, hát úgy gondoltam, hogy nem is illik már, főleg úgy, hogy már lassan 14, vagy valami ilyesmi, vagy 10 éve nem éltem ugye otthon. Úgyhogy így nem tartottam lényegesnek azt, hogy engem most otthonról kikérjenek. Meg amúgy is már addig egy éve szinte együtt éltünk Áronnal egy lakásban, úgyhogy ez nem volt ilyen lényeges dolog.” (Kinga, 26 éves, segédlelkész)

A hagyományos mintáktól való eltávolodás hangsúlyosabb individualizmusra, a származási család fiatalok életében betöltött csökkenő szerepére, a szülői házból való elköltözés jelentőségére is utal, illetve a modernitásnak arra a jellemzőjére is, hogy maga a párválasztás és házasságkötés is egyre kevésbé családi ügy, sokkal inkább a két fiatalra tartozik. Az újraalkotás folyamata a nők számára folyamatos kognitív erőfeszítéssel jár (Duncan & Carter, 2016), hogy kiválasszák a számukra fontos elemeket, kihagyják a feleslegeseket, és megalkossák a számukra megfelelő eseményt.

„Én nagyon szívesen férjhez mennék farmerben is, meg bármiben, és engem nagyon zavar ez, hogy fehér. Miért kell fehér legyen? Miért nem lehet más színű? Tehát abszolút nem értem, és nagyon sokszor gondolkodtam el, és el is gondolkodom, hogy beírom a Google-ba, és megkeresem, de hogy mi értelme van a menyasszonyi csokornak? Miért tartunk egy csokrot a kezünkben, vagy mi az értelme a fátyolnak, hogy ezeket, úgy érzem, hogy ezeket meg kell tartanom, mert meg kell tartanom, meg végül is, na, most milyen lenne, ha nem lenne csokrom. Meg én is szeretném, csak nem látom néha az értelmét, azt látom, hogy ez egy sablon, amibe bele kell majd bújni aznap.” (Fruzsina, 24 éves, mesteri hallgató)

Azonban az „újraalkotó” nők számára nemcsak ez az állandó reflexió az, ami megnehezíti az esküvőszervezést, hanem az is, hogy a környezetükkel elfogadtassák döntéseiket, valamint az esetlegesen felmerülő konfliktusokat is kezelniük kell. Leginkább a szűk családi kör, a szülők azok, akik aktívan beleszólnak az esküvő szervezésébe, akár direkt vagy indirekt módon olyan helyzetbe hozva a menyasszonyokat, amelyben kénytelenek kompromisszumokat kötniük.

„Hát a kompromisszumot ugye a hagyományokban kötöttük, ahogy anyósomnak is engedtem, hogy akkor legyen hagyományos, de nem volt baj, nem nevezném annak, hogy most én mekkorát engedtem ebből, de hogy az én fejemben ez nem lett volna, akkor ugye a kikérés, az hogy megcsináljuk ezt a hago-

mányos falusi nagylagzit, a borjúhús is egy kompromisszum volt. És mi az, amiből nem engedtem? Hát nem engedtem a menyasszonyi táncból, nem engedtem abból, hogy sokat költsünk szerintem felesleges dolgokra, mint például a ruha. Vagy... Mit nem engedtem? Nem engedtem a játékokat, nem engedtem, hogy a vendégereg kibontakozzon. Ilyen szempontból, hogy bármit kérjenek az elloptott csokorért.” (Dóra, 28 éves, tanító)

A konfliktusos helyzetek elkerülése érdekében Kinga (26 éves, segédlelkész) már az esküvő-szervezés kezdetekor megpróbált határokat húzni abban, hogy a szülők milyen mértékben szólhatnak bele a szervezési folyamatokba.

„Nem szeretnénk volna azt, hogy hú, de ezt most mi adtuk, és ezt most mi fizetjük, és akkor, hogy úgymond bennük legyen az, hogy akkor ezzel jogot tartanak arra, hogy bele is szóljanak, hogy akkor milyen legyen, mert hogy ezt ők fizetik.”

Természetesen az, hogy sikerült saját forrásból finanszírozni az esküvőt, nem jelenti azt, hogy a szülők nem is próbálták meg tanácsokkal ellátni Kingát és párját. S természetesen így is akadt néhány megvitatandó kérdés. Viszont azzal, hogy megengedhették maguknak azt, hogy anyagi szempontból is függetlenek legyenek a szülőktől, jobb alkupozícióba kerültek.

„Anyósomnak volt az ötlete, és mindenképpen erőltette ezt a dolgot, hogy a kis üvegben pálinka legyen a köszönőajándék. De, hogy mi nem szeretnénk volna, mert ez már ilyen bevett gyakorlat, meg inkább a románoknál szokás ez a pálinkaadogatás. És én úgy voltam vele, hogy pálinkája mindenkinek van otthon, főleg ez így adogatni, meg annyi kis üveget beszerezni, megvenni stb. Úgy, hogy ez volt olyan dolog, amiben így nem egyeztünk, és nem hallgattunk rájuk.” (Kinga, 26 éves, segédlelkész)

A mintámat alkotó fiatal nők nagyobb része nem volt képes Kingához hasonlóan erős határokat kijelölni abban, hogy a szülők mennyire szólhatnak bele az esküvővel kapcsolatos kérdésekbe. Ennek egyik oka az életkoruk, mivel az esküvőjük megszervezése idején még erősen függtek a szülőktől. Ez a függés kisebb részben anyagi, mivel a legtöbben igyekeznek mindent az esküvő során kapott ajándékpénzből finanszírozni, nem terhelve ezzel a szülőket. Viszont akadnak olyan párok is, habár ebből van kevesebb, amelyek szülői segítséggel tudták csak megoldani az esküvő körül felmerülő költségeket. Az anyagi támogatáson túl szükségesnek érzik a szülők bevonását a gyakorlati dolgokba is, mert ők „tapasztaltak”. Ezekben az esetekben hagyományos mintát követő esküvőket szerveznek meg.

„Tehát igen, amúgy ez, hogy a szülők mennyire szólnak bele, ez amúgy nagyon jellemző, de azért mindig mellé teszik azt is, hogy nem szólunk bele, de ez a ti esküvőtök, de azért elmondják, hogy mit kéne, hogy kéne csinálni. De most nem is várhatjuk el, hogy ne szóljanak bele, mert most, ha őszinte leszek,

nagyon szép lenne, ha mi állnánk az egészet, de nem tudjuk mi állni az egészet, úgyhogy besegítenek, így nem mondhatjuk azt, hogy ne szóljanak bele, mert... Tehát igen... Amúgy ezt, hogy a termet lefoglalni, ezeket mind Márkék, tehát a vőlegényemék, tehát ők rendezték, mert Márknak van két nagyobb testvére, hét meg tíz évvel idősebbek, és nekik már mind túlestek ezen a nagy lagzis dolgon, és elég tapasztaltak a szülei ebben.” (Fruzsina, 24 éves, mesterei hallgató)

Kincső (24 éves, pásztorálpszichológiát végzett, gyereknevelési szabadságon) esete Kingának (26 éves, segédlelkész) éppen az ellenkezője, ők a párjával tudatosan bevonták a szülőket a szervezési folyamatba. Az anyák a legtöbb lépésnél jelen voltak a szervezési folyamatban, és tanácsokkal látták el a fiatalokat.

„Mi abszolút bevontuk a szülőket is, tehát mikor már mentünk a menüt lefoglalni, akkor is jött velünk az édesanyám és anyósom, mert tudtuk, hogy ők sokkal jobban értenek ehhez a részhez, mint mi. Meg a szervezésnél is igazán, tehát a díszítésnél is minden tanácsot meghallgattunk.”

Kincső és párja esküvője egy minden elemében hagyományosnak mondható esküvő volt. Az esküvőn hagyományos esküvői menü volt, mulatós zene, volt lánykikérés is és 250 meghívott vendég. Ezek a részletek alapján Kincső a „konformista” csoportba tartozik, viszont amikor a beszélgetésünk legvégén feltettem azt a kérdést, hogy ez az esküvő mennyire tükrözi őket, a következő választ kaptam:

„Szerintem nem annyira minket tükrözött, hanem próbáltunk igazodni a szokásokhoz, meg a[hho]z, hogy a vendégek jól érezzék magukat. Nekünk ideálisabb lett volna, mondom azt, hogy mit tudom én, természetben legyen valahol, szűk körben, de próbáltunk igazodni ahhoz, hogy a vendégek is jól érezzék magukat, ne csak rólunk szóljon ez az egész, de megvoltak csak a magunk pillanatai is. Úgyhogy... és ezt belül mi tudjuk, és ez szebbé teszi ezt az egészet.”

A Kincső által leírt ideális esküvő igazán modernnek mondható, viszont azért, hogy megfeleljen a társadalmi nyomásnak, lemondott erről, és hagyta, hogy a szülők közreműködésével végül is egy igazi hagyományos esküvőt szervezzenek. Mivel meg szeretett volna felelni az esküvőre meghívott vendégek ízlésének, ezért választottak mulatós zenészeket, azért ment el fodrászhoz és sminkeshez is. Kincső esete jól példázza, hogy bár eredetileg egy modern, „újraalkotó” narratívát képviselt, végül mégis engedett a társadalmi elvárásoknak, és hagyományos keretek között szervezte meg esküvőjét a szülők közreműködésével. Ez a kompromisszum viszont nem pusztán egyéni döntés, hanem annak a feszültségnek az eredménye, amely a korábban rögzült viselkedési minták és az új társadalmi elvárások között feszül. Hiszen a menyasszonyok társadalmi pozíciójának megváltozásával, a habitusuk nem feltétlenül igazodik azonnal az új helyzethez. Ez az időbeli késedelem, azaz a *hiszterézis*, feszültséget eredményezhet az egyén belső világában, amely egyszerre érzelmi és kognitív terhet jelent. Ez az ellentmondás az új társadalmi

környezet elvárásai és a régóta beépült szokások, értékek között olyan konform viselkedéshez vezethet, amelyben az ismerős, megszokott normákhoz való ragaszkodás erősebben jelenik meg, mint azt az új társadalmi pozíció logikája diktálná (Bourdieu, 1990).

Továbbá, a hagyományokhoz igazodó, konform módon szervezett esküvők jelenségét az is indokolja, hogy az általam megkérdezett nők közel fele nem tudott elhelyezkedni magasabb presztízsű jól fizető szellemi munkakörben, nem tudta megélni a mobilitását sem teljes mértékben. Nincsenek olyan közegben, ahol egy új kulturális mintát sajátíthatnának el, vannak olyan esetek, ahol földrajzi mobilitásról sem beszélhetünk, és sokan a házasságkötésig még a szüleikkel éltek. A mintámban az „újraalkotó” narratívát képviselők olyan nők, akik alapszakos képzésük mellett rendelkeznek mesteri fokozatú diplomával. Ezt azért érzem fontosnak, hogy kiemeljem, mert az idő fontos tényező abban, hogy valaki meg tudja élni mobilitását. Aki hosszabb ideig tanul, feltehetően jobban el tud sajátítani egy új kulturális mintát, vagy aki több éve dolgozik egy adott közegben, nagyobb eséllyel integrálódik és alkalmazkodik annak normáihoz. Valamint, és ez az egyik legfontosabb tényező, hogy a megkérdezettek végzettségi szintjüknek megfelelő munkakörökben tudtak elhelyezkedni, amely képes biztosítani a jobb élet-színvonalat is.

A kutatási mintám és a választott módszertan nem teszi lehetővé, hogy összefüggéseket keressek, de a narratívák alapján kirajzolódik, hogy az esküvői elemek újraértelmezése és a modernbb elemek beépítése nem feltétlenül tudatos szakítás a hagyományokkal vagy egy kifejezett törekvés a modernitás irányába. Inkább egy természetes, organikus folyamatként jelenik meg, amelyet leginkább az új dolgokkal való találkozás és az azokra való nyitottság alakít. A hosszabb tanulási időszak, a földrajzi mobilitás, valamint a szülői háttértől való függetlenedés magával hozza az új mintákat anélkül, hogy ez tudatos reflexiók eredménye lenne.

4.3. Nemi szerepek és a dekoráció mint az önkifejezés eszköze

Az esküvőszervezés során felmerülő feladatok megosztása a legtöbb párnál hagyományos mintákat követ. Jellemzően a nők vállalják magukra a tervezés és a szervezés nagyobb részét, miközben párjukkal együtt döntenek a végső részletekről. A menyasszonyok azok, akik kitalálják az esküvő legkisebb részleteit is, például a dekoráció stílusát, és megkeresik a megfelelő szolgáltatókat, legyen szó fotósról, videósról, cukrászról vagy éppen vőfélyről.

„Hát ez a tipikus megosztás volt, ez az ilyen 70–30 százalék. Nyilván a fontos döntések, illetve az ilyen nagyon anyagi döntések meghozásában mindig közösen megbeszéltük mindent, de amúgy rám bízta a fotós kiválasztását is. De nem tudom, hogy a pasiknak úgy tipikusan így nincs beleszólásuk az ilyesmibe. Legalábbis az én mintáim és a családi körömben ez mindig így volt, hogy a nők hozzák meg ebben a döntéseket.” (Nikoletta, 25 éves, adminisztratív asszisztens)

Habár a hagyományos munkamegosztás a legjellemzőbb, akadtak olyan esetek is, ahol a szerepmegosztás sokkal egyenlőbb volt a párok tagjai között. Volt olyan pár, amely együtt aratta le és készítette elő a levendulákat az esküvői dekorhoz, vagy az esküvő utáni fotózáshoz az amúgy nem fodrász szakmájú férj készítette el a felesége frizuráját. Ez a típusú egyenlőbb mun-

kamegosztás jól szemléltethető Kinga (26 éves, segédlelkész) és férje esetében is, akik a következő módon dolgoztak együtt:

„Hát ugye, mint mostanság divat a köszönőajándék az esküvőkön, mi is szerettünk volna valamit, de ebben sem szerettünk volna ilyen hagyományos köszönőajándékot, mint például ez a, nem tudom, pálinka és a többi. Hanem úgy gondoltuk, hogy valami különlegeset, valami olyat, amiben benne vagyunk mi, és benne van a kezünk munkája, úgyhogy arra is hangsúlyt fektettünk, hogy ne elkészíttessük ezeket, hanem mi magunk csináljuk, úgyhogy végül ezek kis szappanok lettek, ilyen kis illatszappanok, amiket elkészítettünk itthon, ketten a férjemmel. Mi csomagoltuk őket, mi készítettük el rájuk a kis kártyát, úgyhogy ebben is mi benne voltunk. Próbáltunk mindent, amit csak lehet, saját kezűleg elkészíteni, a teremhez is a különböző kiírásokat, fotófalhoz díszeket, mindent mi igyekeztünk saját kezűleg megcsinálni.”

Az egyenlőbb munkamegosztás leginkább az „újraalkotó” csoportba tartozó nők és páraik között volt megfigyelhető, ami arra utal, hogy a hagyományos esküvőszervezési minták elhagyása nemcsak a szertartás jellegét és lebonyolítását érintette, hanem a szervezési feladatok megosztását is befolyásolta. A hagyományostól való eltávolodás ugyanis olyan új feladatokat és döntési helyzeteket teremtett, amelyek elvégzéséhez szükség volt a vőlegények aktívabb részvételére. Ez a részvétel feltehetőleg nem független az egalitárius normák hatásától sem, valamint attól, hogy ezek a párok férfi tagjai maguk is első generációs diplomások. Éppen ezért a hasonló társadalmi mobilitási tapasztalataik is hozzájárulhatnak az egyenlőbb munkamegosztás kialakulásához.

A dekorációk, valamint a kézzel készített köszönőajándékok az általam megkérdezett nők többsége számára az esküvő különösen fontos elemei közé tartoztak. A díszítés saját kezű elkészítése, ami jelentős idő- és energiabefektetést igényel, a nők számára az önkifejezés egyik eszközévé vált. Volt például, aki saját maga festette meg azokat a vázákat, amelyek a vendégek asztalaira kerültek. A kézzel készített dekorációk viszont nem csupán esztétikai elemek, hanem az esküvőt egyedibbé is teszik. Az ilyen elemek révén a nők jobban magukénak érzik az eseményt, és egyúttal lehetőséget adnak arra, hogy a vendégek is megismerjék stílusukat és ízlésüket. Bár az anyagi szempontok is szerepet játszanak, ezek általában másodlagosak az önkifejezés jelentőségéhez képest.

„Volt elképzelésem, hogy milyent szeretnék, igen, illetve van bennem egy ilyen minimális kreativitáshajlam, és akkor ezt így szerettem volna kiélni, illetve jó érzéssel töltött el az, hogy így a végére el tudtam mondani, hogy igen, ezt én állítottam össze. És másrészt az anyagi megfontoltság is szempont volt, de nem ez volt az elsődleges.” (Nikoletta, 25 éves, adminisztratív asszisztens)

Amikor később Nikolettát arról kérdeztem, hogy mi az, ami őket tükrözi az esküvőben, szintén a dekorációt említette:

„Tehát a nagyrészt, hogy itt is a dolgoknak a nagyrészt mi hoztuk össze ketten, úgy anyagilag, úgy szervezésileg, és emiatt úgy a magunkénak érzem, hogy minden egyes dekoráció, ami volt az asztalon, minden egyes váza, azt végigfogdostuk, végigtapogattuk, végigdekupázsoltuk, a virágokat mi vágtuk le, mi szedtük össze. Szóval, hogy tényleg szívvel-lélekkel benne voltunk végig mindenben.”

Összességében elmondható, hogy az esküvőszervezés során felmerülő feladatok megosztása hagyományos mintát követ, ahol a menyasszonyok vállalták a szervezési munkák nagyrészt, míg a vőlegények jellemzően csak a nagyobb anyagi döntésekben vesznek részt. Ugyanakkor az „újraalkotó” narratívát képviselő nők és páraik azok, akiknél megfigyelhető volt egy egyenlőbb szerepmegosztás. A vőlegények ezekben az esetekben nemcsak a nagyobb döntési és szervezési feladatokban vesznek részt, hanem az esküvői dekoráció vagy éppen a kézzel készített köszönőajándékok elkészítésben is. Az egalitáriusabb munkamegosztás ezekben az esetekben egyrészt összefüggésbe hozható az esküvő jellegével, mivel a hagyományostól való eltérésre törekvés többletmunkával jár, amely elvégzéséhez szükség van a férfiak bevonódására is. Másrészt a hagyományos mintáktól való elhatárolódás együtt járt a nemi szerepek terén kialakított modernbb nézetekkel is.

A dekorációk és kézzel készített elemek kiemelt szerepet kaptak a legtöbb esküvőn és jól szemléltetik az munkamegosztást is a párok tagjai között. A saját kezűleg készített díszítések és köszönőajándékok nemcsak költséghatékonysági szempontból voltak fontosak, hanem az önki-fejezés eszközeként is szolgáltak. A menyasszonyok számára ezek a kreatív elemek lehetőséget adtak arra, hogy személyesebbé és egyedibbé tegyék az esküvőjüket, valamint tükrözzék saját stílusukat és ízlésüket. Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy hasonló elemzést lehetett volna végezni más döntési területekről is, mint például a vőfély szerepe, az ételek vagy a zene választása, azonban helyhiány miatt most a dekorációra koncentráltam.

4.4. Középosztálybeli esküvők?

Az interjúk során a nők nem reflektálnak közvetlenül saját társadalmi helyzetükre, azonban a beszélgetések alapján kirajzolódik, hogy azok, akik ténylegesen meg tudták tapasztalni a felfelé történő társadalmi mobilitást, olyan életmódbeli elemekről számolnak be, amelyek összefüggésbe hozhatók társadalmi előrehaladásukkal. Példaként említik, hogy gyermekkorukhoz képest ma már jóval több mindent engedhetnek meg maguknak, és ezt jól példázzák a külföldi vakációk, amit évente egyszer, vagy akár többször is megejthetnek. Viszont emellett többen is hangsúlyozzák, hogy gyermekkorukból hozták magukkal a takarékoskodás fontosságát, és ez a mai napig meghatározza pénzügyi döntéseiket. Például vásárlásaik során továbbra is megfontoltan döntenek, még akkor is, ha anyagi helyzetük már lehetővé tenné, hogy kevésbé szigorúan mérlegeljenek.

„Azt le kell szögezni, hogy a spórolást azt nem lehet kinevelni az egyénből, tehát ez benne marad. Szerintem akkor is, ha nyernék a lottón, akkor is meg nézném, hogy mi mennyibe kerül. És mai napig van úgy, hogy megengedhetném magamnak, de megszokásból inkább nem veszem meg, vagy mert jobban

átértékelem, és nem... Úgy érzem, hogy felesleges kiadás, de amúgy igen, sokkal több mindent megveszek magamnak, amire mondjuk gyerekként azt mondták anyáék, hogy nem, hogy egy dolgot választhatsz, most nyilván nincs ilyen. Illetve a kirándulások, ami még jelentős különbség a két állapot között, hogy a szüleinkkel is anno gyerekként voltunk kirándulgatni, de ez egy száz kilométeres körzeten belül volt, és általában ilyen kevés költségvetésű kirándulások voltak, sátorozás stb. Míg én [mi – szerk. megj.] már például tavaly is Egyiptomban voltunk, előtte Görögországban, tehát ilyen színvonalasabb kirándulásokat, többnaposokat, -heteseket engedhetünk meg magunknak.” (Nikoletta, 25 éves, adminisztratív asszisztens)

Ez a fajta gondolkodás az esküvő szervezésében is megmutatkozik, mivel többen is kifejezik, hogy anyagi lehetőségeik megengednének egy drágább esküvőt, azonban nem látják ennek értelmét.

„Nyilván megengedhettünk volna magunknak sokkal több dolgot, vagy ilyen stílusosabbat, vagy ilyen modernebbet, de nem tartottuk fontosnak, hogy ebbe pénzt befektessünk.” (Kinga, 25 éves, segédlelkész)

Ezekben az esetekben a hangsúlyt a nők az egyediségre és személyre szabottságra helyezik, szembe helyezkedve az esküvők fogyasztásorientált kultúrájával (Boden, 2001). A DIY (do it yourself) és az egyéni tervezés kiemelt szerepet kap, amely nem a hivalkodó luxusról szól, hanem arról, hogy az esküvő tükrözze a pár saját értékrendjét, stílusát és ízlését. Ez a hozzáállás jellemzően a középosztálybeli identitás megnyilvánulása, mivel nem a pénzköltés mértékével akarják demonstrálni társadalmi helyzetüket, hanem indirekt módon azzal, hogy az esemény átgondolt, egyedi és autentikus.

Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy a mintámat alkotó nők nem egyformán élték meg a társadalmi mobilitás lehetőségét. Bár egy részük valóban megtapasztalta az életmódbeli változást és az ezzel járó előnyöket, mások számára ez a lehetőség nem volt adott. Különösen igaz ez azokra a fiatal nőkre, akik az egyetem elvégzése után nem találtak a végzettségüknek megfelelő állást, kénytelenek voltak alulfizetett, szakképzettséget nem igénylő munkát vállalni. Számukra a mobilitás ígérete az esküvőjük szervezésének időpontjában még nem vált valósággá, így nem tudtak ugyanúgy beszámolni a társadalmi helyzetük javulásának élményéről.

Amikor az interjúk során direkter módon próbáltam rákérdezni arra, hogy milyen módon befolyásolja az esküvőszervezést az ő mobilitásuk, az alanyok számára nehézséget okozott a kérdés megválaszolása. Voltak, akik számára ez a kérdés érzékeny témának bizonyult, és morális dilemmaként értelmezték. Egyikük például hangsúlyozta, hogy nem tartja magát sem másnak, sem jobbnak azokhoz képest, akik nem szereztek diplomát. Azonban Barbara (28 éves, könyvelő) válasza a kérdésemre világossá tette számomra, hogy miért nem találom a legtöbb esetben azt, amit keresek:

„Az, hogy én egyetemet végeztem? Nem volt bennem, én külföldről jöttem haza, egyetem után nem találtam munkát, és akkor kimentem, a mostani

férjemmel kimentünk Hollandiába, ő már amúgy ott dolgozott, és akkor mondtam, hogy oké, akkor én is megyek. Vesztenivalóm nincs. Ugye szerintem nem volt benne ez, hogy én most egyetemet végeztem, és hogy majd akarok mutatni valamit. Lehet, hogyha most kellene megint megcsinálni az esküvőt, vagy hogyha jobb pozícióban lennék, lehet..., nem tudom, mostani fejemmel mit gondolnék, de amúgy akkor abszolút nem volt benne ez, hogy én most egyetemet végeztem, és hogy ezt valamilyen szinten az esküvőmmel meg akarom mutatni az embereknek.”

Az osztályhelyzet egy reflexióban sem közvetlenül, sem átvitt értelemben nem jelent meg hangsúlyosan. Amikor a döntésekről meséltek, nem utaltak új társadalmi közegre és annak elvárásaira, szokásaira, amely bármilyen módon befolyásolná őket. Mivel az általam vizsgált több esetben sem beszélhetünk olyan új társadalmi közegekről, amelyhez a fiatal nők ténylegesen tartoznának. A mobilitási pályájuk rövid távú, és lassúnak is mondható. Ennek egyik fő oka az, hogy az egyetem elvégzése után sokan nem találnak a végzettségi szintjüknek megfelelő munkát, emellett több esetben földrajzi mobilitásról sem beszélhetünk. Éppen ezért a „konformista” döntések mögött sem állhat a lojalitás, mint motiváció (Nyíró & Durst, 2021), mivel a legtöbben nem érezhetik azt, hogy elárulják vagy éppen megtagadják a származási közegüket, mert számukra egyelőre még nincs új társadalmi közeg, amelynek egyszerre tagjai lehetnének. Ellenben a mintámon belül az „újraalkotó” narratívát képviselő fiatal nők esetében megfigyelhető a származási közeg, amelyet a szülők képviselnek és az új társadalmi közeg mintáinak összeütközése. A fiatal nők ezekben az esetekben próbálnak határokat húzni abban, hogy a szülők mennyire szólhatnak bele az esküvő szervezésébe. Viszont legtöbbször a nők készek kompromisszumokat kötni és bizonyos elképzeléseiket elengedni.

5. KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatásom elsődleges célja az volt, hogy feltárjam az első generációs diplomás nők mobilitással kapcsolatos megéléseit az esküvő kontextusában. Érdeklődésem középpontjában az állt, hogy hogyan jelenik meg az osztályváltás és az új társadalmi közeg tapasztalata az esküvőszervezési narratívákban. Vizsgáltam továbbá, hogy ezek a tapasztalatok köthetők-e a régi és új osztály, illetve a társadalmi közeg közötti distinkcióhoz, valamint, hogy a szüleikhez képesti társadalmi mobilitásuk ténye miként formálja ezeket az elbeszéléseket.

Az esküvőszervezési narratívák elemzése azt mutatja, hogy azokat elsősorban a hagyományos és modern elemek közötti dilemma formálja, nem pedig a társadalmi mobilitás tudatos megélése vagy reprezentációja. Carter és Duncan (2016) nyomán két fő attitűd különíthető el a hagyományokhoz és újításokhoz való viszonyuk alapján. A legtöbben „konformisták”, akik az általuk és környezetük által hagyományosnak tekintett elemeket kérdés nélkül elfogadják és beépítik. Ezzel szemben az „újraalkotók” azok, akik aktívan újragondolják a tradíciókat és bátrabban újítanak, ugyanakkor mindez több kognitív munkával jár, és emellett kompromisszumkészséget is igényel a nők részéről.

A vizsgált esetek alapján elmondható, hogy a modern elemek beépítése kevésbé tudatos döntés eredménye, inkább az új hatásokkal való találkozás függvénye. Ez a folyamat nagyrészt reflektálatlan, és az határozza meg, hogy az adott nő vagy pár életében történt-e olyan közegváltás társadalmilag és földrajzilag, amely révén új mintákkal kerülhettek kapcsolatba. Azok, akik földrajzilag nem mozdultak el jelentősen származási közegükből, kevésbé építenek be új elemeket, függetlenül társadalmi elmozdulásuktól.

Bár az interjúalanyok közvetlenül nem tematizálják társadalmi helyzetüket vagy annak változását, az életmódbeli elemek és a hangsúlyok alapján kirajzolódik egyfajta új, formálódó közeposztálybeli habitus. Ez nem a luxusfogyasztásban vagy a státusz anyagi fitogtatásában, hanem az egyediség, az önkifejezés és az esemény átgondoltsága, autentikussága iránti igényben jelenik meg, például a DIY-elemek vagy az egyéni tervezés révén. Eközben a takarékoság és a megfontolt pénzügyi döntések továbbra is fontos szempontok maradnak. A változások inkább posztmaterális területeken mutatkoznak meg, mint például a progresszívebb, egyenlőbb nemi szerepekben vagy az önkifejezés fontosságában. Az esküvőszervezési feladatok megosztása is ezt tükrözheti, ami bár többnyire hagyományos, az „újraalkotóknál” megfigyelhető egyenlőbb munkamegosztás erre az új, nem feltétlenül anyagi erőforrásfüggő habitusra utalhat.

A kutatás fő következtetése tehát az, hogy a vizsgált fiatal nők élet- és pályaszakaszában a mobilitás élménye még nem annyira hangsúlyos vagy lezárult folyamat a habitusukban, hogy az esküvőjükben „megmutatásra”, explicit reprezentációra érdemesnek tartsák. Az osztályváltás ténye vagy élménye közvetlenül nem jelenik meg a szervezési narratívákban, és a hagyományos/modern dilemma sem a régi vagy új osztályhoz való hűség kérdéseként merül fel.

Az eredeti kutatási cél helyett az interjúk sokkal inkább a mobilis életpálya kezdetének tapasztalatait, nehézségeit és bizonytalanságait tárták fel. Sok interjúalany friss diplomásként elhelyezkedési problémákkal küzd, alulfizetett vagy képzettségének nem megfelelő munkát vállal, vagy csak évek múltán, több munkahelyváltás és továbbképzés után talál csak stabilabb, a végzettségének jobban megfelelő pozíciót. Ez esetükben azt jelenti, hogy ebben a szakaszban még nem beszélhetünk a szülőkhöz képest jelentős életminőség-javulásról. Ez a tapasztalati háttér is magyarázhatja, miért nem a társadalmi sikeresség és az osztályváltás megmutatása áll még az esküvői reprezentáció középpontjában ebben az életszakaszban.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Arend, P. (2016). Consumption as common sense: Heteronormative hegemony and white wedding desire. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), 144–163. <https://doi.org/10.1177/1469540514521076>
- Boden, S. (2001). “Superbrides”: Wedding consumer culture and the construction of bridal identity. *Sociological Research Online*, 6(1). <https://doi.org/10.5153/sro.570>
- Boden, S. (2003). *Consumerism, romance and the wedding experience*. Palgrave.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (2000). *Pascalian meditations*. Stanford University Press.

- Bourdieu, P. (2016). Habitus. In J. Hillier & E. Rooksby (Eds.), *Habitus: A sense of place* (pp. 27–34). Routledge.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. University of Chicago Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Carter, J., & Duncan, S. (2017). Wedding paradoxes: Individualized conformity and the ‘perfect day’. *The Sociological Review*, 65(1), 3–20. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12366>
- Cucu, A. S. (2007). The Romanian middle class: A topological analysis. *Studia Universitatis Babes-Bolyai-Sociologia*, 52(2), 17–40.
- Csata, Zs. (2006). A képzésből a munka világába való átmenet az erdélyi diplomás fiataloknál. *Regio*, (2), 43–64.
- Friedman, S. (2016). Habitus clivé and the emotional imprint of social mobility. *The Sociological Review*, 64(1), 129–147. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12345>
- Goldthorpe, J. H., Llewellyn, C., & Payne, C. (1987). *Social mobility and class structure in modern Britain*. Clarendon Press.
- Hadas, M. (2021). Outlines of a theory of plural habitus: Bourdieu revisited. *Routledge*.
- Ion, I. E. (2023). Low-income, first-generation students’ experiences of parent support in career development. *Family Relations*, 72(1), 215–233. <https://doi.org/10.1111/fare.12688>
- Ioniță, A. C. (2015). How does the middle class look like in Romania? *Revista Română de Economie*, 41(2), 260–280.
- Ioniță, A. C., & Vasile, V. (2015). To be or not to be middle class in Romania. *Procedia Economics and Finance*, 32, 914–922. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01547-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01547-6)
- Kalmijn, M. (2004). Marriage rituals as reinforcers of role transitions: An analysis of weddings in the Netherlands. *Journal of Marriage and Family*, 66(3), 582–594. <https://doi.org/10.1111/j.0022-2445.2004.00039.x>
- Marshall, G., & Firth, D. (1999). Social mobility and personal satisfaction: Evidence from ten countries. *The British Journal of Sociology*, 50(1), 28–48. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.1999.00028.x>
- Mărginean, I. (2015). Estimation of middle-class size in Romania. *Procedia Economics and Finance*, 22, 787–793. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00311-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00311-1)
- Nyíró, Zs., & Durst, J. (2021). Racialisation rules: The effect of educational upward mobility on habits. *Szociológiai Szemle*, 31(3), 21–50. <http://doi.org/10.51624/SZOCSEMLE.2021.3.2>
- Papp Z., A., & Zsigmond, C. D. (2021). Educational mobility of Hungarian first-and multi-generational young intellectuals in four countries. *Szociológiai Szemle*, 31(3), 132–157. <https://doi.org/10.51624/SZOCSEMLE.2021.3.6>
- Pop, C. (2015). Social mobility patterns in Romania. *Anuarul Institutului de Istorie „George Baritiu” din Cluj-Napoca, Seria Humanistica*, 13(13), 29–58.
- Rastegar, Y. A. S. E. R., Rabbani, A., & Iman, M. (2014). Consumption in the marriage rituals: A qualitative study on the meaning of consumption in wedding. *International Review of Social Sciences*, 2(5), 130–135.

- Savu, A., Lipan, Ș., & Crăciun, M. (2020). Preparing for a “good life”: Extracurriculars and the Romanian middle class. *East European Politics and Societies*, 34(2), 485–504 <https://doi.org/10.1177/0888325419842209>
- Sergiu, Ț. (2017). Middle Class in Romania: Fiction or Reality? *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 17(1), 253–258.
- Țoc, S. (2016). Familie, școală și succes școlar în învățământul liceal românesc. *Calitatea vieții*, 27(3), 189–216.
- Turner, V. W. (2002). *A rituális folyamat: Struktúra és antistruktúra: A Rochesteri Egyetemen (Rochester, New York) 1966-ban tartott Lewis Henry Morgan-előadások*. Osiris.
- Veres, V. (2020). Az erdélyi magyar ifjúság társadalomszerkezetének és iskolai mobilitásának változásai (2001–2016). In B. Dániel, R. Geambașu, D. Kiss, S. Rusu, J. Szabó, V. Veres, & E. Vita (Eds.), *Erdélyi magyar ifjúság: Szociológiai jellegzetességek és változások 2001 és 2016 között* (pp. 15–45). Presa Universitară Clujeană/Kolozsvári Egyetemi Kiadó.

ET

— 3 —
MŰHELY

Magyari Tivadar¹

Pontosítások és finomhangolások a Venczel József-életpályához

Magyari András, Imreh István, Gáll Ernő és Balázs Sándor emlékére

Kivonat

A tanulmány elemzi azt, ahogy a Venczel Józsefről szóló szövegeknek bizonyos része kiemeli a világháborúk közötti bukaresti szociológiai iskola hatását más tényezők ellenében. Ennek körülményeit, okait értelmezi. A szerző szerint nem a Gusti-féle bukaresti szociológiai iskola (és mozgalom) hatása és szerepe van eltúlozva, mivel ez a hatás és szerep valóban kiemelkedő volt, hanem a gond azzal van, hogy ezt az önmagában fontos szerepet aránytalanul kiemelik, más körülmények, keretek rovására.

Kulcsszavak: Venczel József, *Hitel* folyóirat, faluszociológia, erdélyi magyarság

Abstract. Clarifications and Refinements to the Life and Career of József Venczel

The study analyzes how certain parts of the texts about József Venczel emphasize the influence of the Bucharest School of Sociology from the interwar period, often at the expense of other factors. It interprets the circumstances and reasons behind this emphasis. According to the author, the problem is not that the impact and role of the Gusti-led Bucharest School of Sociology (and its movement) are exaggerated—since their influence was indeed significant—but rather that this genuinely important role is disproportionately highlighted, overshadowing other relevant contexts and frameworks.

Keywords: József Venczel, *Hitel* journal, rural sociology, Hungarian community in Transylvania

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Magyari, T. (2025). Pontosítások és finomhangolások a Venczel József-életpályához. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 163–182. <https://doi.org/10.17177/77171.314>

I. FELVEZETÉS ÉLETKÉPPEL

1993 nyara vagy kora ősze lehetett. Magyari András rektorhelyettes irodájában összegyűltek néhányan az ő kérésére: Antal Árpád irodalomtörténész professzor, Szegő Katalin, a filozófia szak professzora, Nagy György, a filozófia szak adjunktusa, talán mások is. A kötetlen megbeszélés Venczel József születésének 80. évfordulója alkalmából tervezett megemlékezésről szólt.²

1 Szociológus, egyetemi oktató a Babeş–Bolyai Tudományegyetemen, a Szociológia és Szociális Munka Karon. Email: magyari.tivadar@gmail.com

2 E tanulmány szerzője a szociológia tanszék tanársegédjeként azért volt jelen, mert az ő feladata lett volna a tervezett emlékülésen előadó román meghívott előadásának tolmácsolása; annak mentén is, hogy előtte, 1990-ben, akkor még negyedéves filozófia-szociológia szakos diákként Magyari András

A tanácskozársra meghívták Imreh Istvánt is, aki betegség miatt nem vett részt. A történész Imreh István (1919–2003) számított Venczel József legközelebbi tanítványának. A történész-professzor pályakezdő korszakát meghatározta a Venczellel való együttműködés, egyetemi pályájára lépését mentorának is köszönhetette (Both, 2021: 110–112).

Magát a nyolcvanéves megemlékezést nem az egyetem, hanem az Erdélyi Múzeum-Egyesület szervezte, és ezen az előkészítő megbeszélésen az emlékülésen majd elhangzó előadások tematikáját próbálták felsorolni, egyeztetni. A tét ez (is) volt: Venczel munkásságát eltérően sok korábbi bemutatástól, ex catedram ismertetéstől, lehetőleg annak minden meghatározó részére kiterjedően bemutatni, hogy ismertté tegyék a *Hitel* folyóirat és a körülötte mozgó fiatal csoportosulás szerepét, a keresztényszocializmus és a hivatásrendiség gondolkörének a szerepét, Márton Áronnal való szövetségét és barátságát, Venczelnek az (egykori) agráriumról kialakított képét és tervezeteit, a kisebbségpolitikai alapvetéseket, de ne maradjon ki – mert méltatlan lenne – az intézményszervezői szerep sem. Vagyis a jelen levő Szegő Katalin humorizáló szavával: lehetőleg meghaladni az addigi kizárólagos „gustizást”.

Azon az őszön a kolozsvári és csíkszeredai emlékülések fő előadója Antal Árpád professzor volt, és áttörésnek számított az, hogy először egy jól megszerkesztett, arányos, teljes Venczel-életpálya került terítékre.

2. KETTŐSSÉG A PÁLYAKÉPBN

Az 1990-es évek elején akárki megkérdezett a kolozsvári egyetemen egy társadalom szakos diákot, hogy mit tud Venczel Józsefről, akkor az elmonda, hogy Venczel József Dimitrie Gusti tanítványa volt, valamikor az egyetem tanáraként tevékenykedett, falukutatással foglalkozott. Ez persze mind igaz is – csak a mértékekkel és arányokkal, illetve a többi információ hiányával van gond.

A mértékekkel és az arányokkal azért kell törődni – azon a triviális követelményen túl, hogy az értelmiségi munka pontossága alapvető, nem lealkudható – mert *egyrészt* Venczel ma nemcsak történelmi adalék, érdekesség, hanem erdélyi magyar munkaközösségek „emlékezetpolitikai” témája; *másrészt* maga Venczel nagyon precíz ember volt, és éppen az ő munkájához viszonyulva méltó lenne – így volna stílusos – teljes képet adni és elemezni.

Ha felsorakoztatjuk azt, amit Venczel Józsefről leírtak, elmondtak, illetve amit tovább görgettek az elmúlt évtizedekben az 1960-as évek második felétől, valamiféle kettősségen akadhatunk fenn – ha egyáltalán fenn kellene ezen akadni.

Egyfelől sok teljes, pontos, részletes, jól keretező életrajz olvasható, dokumentálható vagy éppen hallható egyes konferenciákon. Még a rövid összefoglalók, kiszabott terjedelmű lexikoni

és Imreh István által vezetett TDK-dolgozatot mutatott be a szegedi József Attila Tudományegyetemen *Venczel József és a kolozsvári magyar falukutató iskola* címmel, a történelem szekcióban. Az 1993-as emlékülésen megjelenő román tanszékvezetőt, Ion Aluăst végül nem kellett tolmácsolni, mert részben magyarul beszélt, nem készült előadással, és felszólalása rövid, személyes lett. A helyszín a Báthory István-középiskola díszterme volt. Jelen tanulmánynak több információja az Imreh István-nal készült, 1990-es személyes beszélgetésből származik.

szócikkek is általában teljesek – ezek elemzésére még visszatérünk. Hasonlóan jól dokumentáltak, részletesen értelmezettek azok a történelmi folyamatok vagy epizódok, amelyek a Venczel-pálya magvát adó másfél évtizedhez (kb. 1935–1949) tartoznak – amelyek keretei nélkül nem érthető meg ez az életrajz. Több szerző, közülük egyesek hűségesen és ismételten, mint például korábban Imreh István, később Székely András Bertalan (1988; 1993) pontosították, részletezték a venczeli pályát, immár évtizedeken át.

Másfelől az életrajzáról és tevékenységéről szóló megszólalások, összefoglalók jókora része egyoldalú, aránytalan, jelentős tényezőket és epizódokat ignorál, nagyvonalúan siklik el az életút bizonyos körülményei felett, tények helyett képzelőerőhöz folyamodik.

Balázs Sándor filozófiaprofesszor arról számol be, hogy a nyolcvanas években a történész Imreh Istvánnal, az egyik legfontosabb Venczel-tanítvánnyal – és másokkal – aggodalmaskodva beszélgettek arról, hogy *Gusti-hatás eltűlése a magyar szakemberek önálló gondolkodásának és módszereinek a rovására mehet* (Zay, 2019). Tanulmányunk elemezni, értelmezni próbálja azt, hogy ez az aggodalmas szempont minek alapján lehet(ett) napirenden, illetve *személyes visszatekintéseket* is felhasználva elemzi azt, ahogy a Venczelről szóló narratíváknak és emlékezetgyakorlatoknak bizonyos része aránytalanul kiemeli – az amúgy meghatározó – Dimitrie Gusti-féle kapcsolatot, azt, ahogy kimaradnak (vagy az aránytalanságok miatt nem érvényesülnek) az egyes közlésekből Venczel József jellegzetes szellemi-eszmei hovatartozását, álláspontját meghatározó erős, alapvető tényezők (a transzilvanizmus új hullámának hatása, a keresztényszocializmus, hivatásrendiség, a „széchenyizmus”, a poszttrianoni „felocsúdási” modellek és azok egymás közötti vitái stb.) – illetve ezek sajátos, közös eredői. Elemezni próbáljuk azt is, ahogy sokszor „rövid úton van elintézve”, az ahogy a *Hitel* folyóiratnak a hirdetett vagy mindvégig sugárzott programja elhelyezhető a két világháború közötti különféle, markáns közösségi önmeghatározások között (és ahogy a sajátos venczeli tudóshabitus ehhez illeszkedik), illetve azt, ahogy a narratívák, megemlékezések bizonyos része nagyvonalúan tárgyalja az életrajz bizonyos vonatkozásait, olyan átsiklásokkal, rövidséggel, ami pontatlan képalkotásoknak enged helyett például Venczel egyetemi tevékenységei kapcsán.

3. A ÉLETPÁLYÁT MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐK „SZÉTSZÁLAZÁSA”

3.1. Mi volt Venczel József?

Venczel József *kisebbségpolitikai elemző, szakíró* volt: ezt akarjuk kijelenteni a fejtegetésünk ezen pontján. És szándékosan nem azt, hogy „szociológus volt”, pedig voltaképpen az volt. A szociológia Venczel életpályáján a megvalósítás, kivitelezés útját, módszerét jelenti kisebbségpolitikai alapvetések sorozatában.

Közelebbről: Venczel főleg agráriummal, falusi társadalommal, illetve az értelmiség szerepével foglalkozó, ezáltal kisebbségpolitikai megoldásokat kereső kutató és szakíró. Az adatolás módszereit alkalmazta – olyan módon, hogy a megközelítéseit a maga korában, a múlt század közepe előtt is, de voltaképpen ma is, az empirikus szociológia megközelítési módszeréhez lehet sorolni.

Ezeket fontos leszögezni, ilyen szétszálazó módon, a jelen tanulmány továbbgördítése okán, még akkor is, ha – amint erre fentebb már utaltunk – még a Venczelre vonatkozó rövid össze-

foglalók, megszabott terjedelmű lexikoni szócikkek is teljesek, és mindezekkel szétszálazó elemzésekkel voltaképpen nem mondunk ki eddig ismeretlen tényeket.

(Ha valaki a kérdésre azt válaszolná, hogy jogász volt, akkor ez is igaz volna: Venczel József jogot végzett a kolozsvári egyetemen. A kolozsvári egyetem jogáshallgatója 1932 és 1937 között volt, majd 1939-ben doktorált is ugyanezen a karon.)

Ha megtekintjük a különböző szótárakban és lexikonokban, hogy mit ír szakmaként, hivatásként a szócikk legelején, közvetlenül a neve után, akkor a *Romániai Magyar Irodalmi Lexikonban* ezt olvashatjuk: „szociológiai szakíró, szerkesztő, lexikográfus” (Dávid, 2010: 1117–1121).

A napjainkra kiteljesedő internetes lexikonban, a Wikipédián, annak magyar változatában pedig ezt írja a neve után: „társadalomkutató, egyetemi tanár, közíró” („Venczel József”, 2025).

Szerintünk mindaz alapján, ami egy aránylag jól dokumentált életműből előttünk áll, Venczel szakmai identitása alapterminussal – szócikkre jellemző lényegre töréssel – például a „kisebbségpolitikai elemző” kifejezésben ragadható meg, vagy valami ehhez hasonló, lényegében rokon értelmű kifejezésében. És csak ezután, ehhez fontos definiáló, specifikáló céllal kellene két attribútumot csatolni. *Az egyik* a venczeli tevékenység tartalma és a jellegzetes megközelítési módja. A tartalom: falu, agrárium, értelmiségi elit. *A másik* a megközelítés módja: tudományos, adatoló-szociológiai.

Venczel munkásságát a maga kontextusában látva – „in situ” – a társadalomkutatás nem cél, hanem nyilván inkább eszköz, odavezető út; a cél a romániai magyar kisebbség társadalomszervezése úgy, hogy a köztes cél a precíz helyzetismeret. Ez utóbbi: a tudományos megismerés – ami alapján történhet a társadalomszervezés. A „helyzetismeretre” gyakran Venczel és nemzedéktársainak egy része – főleg a *Hitel* folyóirat holdudvara – a Széchenyitől kölcsönzött „önismeret” szót használták.

A Venczel életpályáját alakító tényezők „szétszálazása” folyamán ismételni és összefoglalni szándékozunk a viszonylag jól ismert, de a közléseknek csak egy részében teljességgel (más részében egyoldalúan, aránytalanul) megrajzolt pályát.

3.2. Szembesülés az új történelmi helyzettel

A fiatal Venczel esetében – és a hasonlóan gondolkodó, helyezkedő nemzedéktársai esetében – a tudományos érdeklődés, majd egyeseknél közülük a tényleges kutatói munka *indítéka* nem annyira maga a tudományművelés, a merő tudásszomj, hanem a *megalapozott válasz keresése* arra a kérdésre, hogy mi legyen az erdélyi magyarsággal egy teljesen új, kezdettől fogva kedvezőtlen helyzetben, Trianon után.

Elszakítva eredeti országától, új helyzetben nyilván előbb-utóbb az erdélyi magyar értelmiségnek alternatív elképzelései kellett hogy legyenek arra a kérdésre, hogy mi lesz, hogyan tovább.

Ennek közismert, kiemelkedő fejleménye a Kós Károly nevéhez kötött 1921-es röpirat, a *Kiáltó szó* – az aktivitás, önszervezés opciója a menekülés, emigráció vagy a passzivitás helyett. A retorikus kiáltvány él élenkebben az irodalomcentrikus magyar értelmiségi kollektív emlékezete révén, de a konkrét társadalomszervezési elképzelések leszögezése miatt ki kell emelni a kiáltványhoz csatolt Paál Árpád- és Zágoni István-féle kifejtéseket is (Kós et al., 1921).

A húszas évek végére felserdülő – kulturálisan, közéletileg szocializálódó – Venczel József annak az akkor éppen fiatal nemzedéknek tagja tehát, amely a „hogyan tovább” témáról szóló markáns, olykor parázs viták közepette nő fel, és nyilván, hozzá tud és akar szólni a kérdéshez: mi legyen, hogyan tovább³?

Venczel jogi kar elvégzése után társadalomkutató akart lenni, ezzel akart foglalkozni, magának egzisztenciát teremteni, így élt a felkínált fél éves bukaresti ösztöndíj lehetőségével, ott továbbtanult – ma ezt posztgraduális képzésnek hívjuk –, és szociológus lett. Nem?

Hát nem. Illetve így is lehet mondani, de ez így biztosan nem pontos, sőt végtelenül leegyszerűsített.

Ennek a nemzedéknek a tagjai azok, akik „kezdenek” tudni románul, az első magyar fiatalok között vannak, akik bejutnak a kolozsvári román tannyelvű egyetemre, és a mozgalmak, közléseik jól mutatják, illetve vitáik lépten-nyomon jelzik, hogy annak, amit tesznek, terveznek *az indítéka a (kisebbségi) társadalom saját szervezési kereteinek alakítása*. A tudományos megismerés vagy értekező narratíva, de akár az irodalmi szöveg sem végső cél ebben, hanem ők azt tisztázó, helyzetértékelő alapnak tekintik. A cél pragmatikusabb: mit kell tenni egy közösségben, amely 1920 után egy, a magyar identitással szemben barátságtalan, mostoha állam környezetébe került?

Ez a nemzedék kritikus a transzilvanizmus korábbi attitűdjével szemben. Az alapos ismeret-hez nem elég a szemlélődés, az irodalmi ábrázolás, a szavak művészete – ami a kezdeti, „klasszikus” transzilvanizmus fő eszköze, módja volt – hanem tudományos, módszeres megismerés szükséges.

„Megért a helyzetünk arra, hogy a nemritkán csak szólamokból kiinduló *vak* cselekvést felváltsa *a teljes helyzetismeretre alapozott* építőmunka.” – írta Venczel (1936: 37) egyik programadó közlésében, aminek a címében ott van a Széchenyi-modellből átvett szó, az „önismeret” (vö. Keresztury, 1985).

Az „önismerethez” szükséges módszeres megközelítés alatt ő pedig egy nagyon alapos, részletes, egzakt leírást tartott megfelelőnek, és így kézenfekvő lett Venczel és társai számára az adatolt, empirikus szociológia alkalmazása, felhasználva mindazt, amit ezen a téren mintaként létező példákból átvehettek, megtanulhattak. Ebben a tanulási folyamatban Venczel – és társai – esetén fontos szerepe volt például annak a tapasztalatnak, amelyet a harmincas évek elején a csoportos falukutatóik során gyűjtöttek. A mozgalmasszerű, illetve a társadalmi problémák kezelésének megalapozásáért végzett „falumunka” (ahogy ők nevezték) ilyenformán affinitást hozott hasonlóan mozgalmasszerű és pragmatikus célú ügykezetekkel, így került ez a csoport kapcsolatba az agrár-közigazdaságtan, a(z akkori) néprajz vagy a(z akkori) szociológia készleteivel, és *ennek következtében* – és semmiképpen sem ennek előzményeként – fordult élénk érdeklődéssel és tanulási szándékkal az 1925 táján kezdődő bukaresti falukutató modell, a *monografikus szociológiai iskola* felé is.

3 Az irodalom helyzetéről szóló vitákon túl, a társadalomszervezési vonatkozást inkább előtérbe hozó értekezések közül egyet emelünk ki: ez Szemlér Ferenc (1937) írása révén kirobbant nézeteltérés a transzilvanizmus politikai hasznáról vagy hasznavehetetlenségéről.

3.3. A falumunka mint korszakra jellemző mozgalom

Az immár Romániában felnövő új értelmiségi nemzedék a falusi társadalom felé fordul, a „teljes helyzetismeretre alapozott” társadalomszervezés céljából. Ezt az irányultságot a sokszor sokfelé lejegyzett két körülmény is katalizálta:

Az egyik nyilvánvaló tény: annak tudata, hogy az erdélyi magyar lakosság többsége, 1930-ra vetítve 70,9%-a helyi, rurális közösségben él (Varga, 1988).⁴

A másik a korra jellemző, egész Európát, de főleg kelet-közép-európai részt átható falukutatói mozgalom, amely szintén ismert, és ezért nem részletezzük: ebbe a vonulatba is illeszkedik a maga sajátosságaival e fiatal nemzedék „falumunkája.”

Az új nemzedék csoportosulásai a falukutatói tevékenységüket a húszas-harmincas évek fordulóján kezdik, és először leginkább felekezeti alapon szervezett egyesületek a kezdeményezők. Ennek az időszaknak maga Venczel József (1935) a legpontosabb krónikása.

A falujárás, falukutató, a különféle faluszemináriumok (ezek mind korabeli címkék) valóban áthatják a kor értelmiségi életét: az egyik szerző csak Magyarországon egy témába vágó kormányrendezvény kapcsán több mint húsz olyan intézetet számol össze, amely azokban az években kifejezetten vagy részint falukutatói foglalkozik, illetve mintegy 30 folyóiratot, ami ilyen témában (is) publikál (Fodor, 1937: 25).

Érdekes vonásnak tartjuk, hogy amikor a későbbi bemutatók, közlések a két világháború közötti falumozgalomra utalnak, akkor az erdélyi magyar fiatal nemzedék kapcsán gyakran két példát emelnek ki hasonló, akár előzménynek tekinthető mozgalmakra (a bukaresti monografikus iskola mellett – már amikor nem szinte kizárólag csak ezt hozzák szóba).

Az egyik a Sarló mozgalom, a másik a Bartha Miklós Társaság falumunkája. A Sarló mozgalom, mint tudott, a csehszlovákiai magyar fiatalok mozgalma volt, rövid, de összetett története van, világnézeti törésvonalak mentén bomlott fel, legvégén a kommunisták befolyása alá került. Jelentősége, hatása, példája tény, az erdélyi fiatal nemzedék tud róla, viszonyulnak hozzá (pl. Venczel, 1935: 231–232), de feltételezzük – minden utóbbi cáfolatra nyitottan – hogy a Sarló előtérbe hozása az erdélyi új nemzedék faluorientációja kapcsán annak is tulajdonítható, hogy a két világháború közötti erdélyi magyar közművelődés és közéleti kultúra elemeinek bemutatásában az idők során, évtizedek múlva, történelmi körülmények folytán a kezdeményező szerep végül a *Korunk-vonalnak* – eredendően egy baloldali csoport irányának – jutott: sőt, jut a mai napig. A Sarló vezéregyénisége az a Balogh Edgár volt életének csehszlovákiai szakaszában, aki később ennek a vonalnak proeminens tagja lett.

A Bartha Miklós Társaság kiemelését bizonyára az is indokolja, hogy az egy *országos* (magyarországi) *kiterjedésű*, összetett falumozgalmat jelentett (végül szintén jellegzetes ideológiai törésvonalakkal), és a népi írókkal való kapcsolata valóban előtérbe hozza, kiemeli.

Venczel és a vele szorosan együtt tevékenykedő, együtt szervezkedő nemzedéktársai életplájájának folyamatában a „falumunka” első, talán legsűrűbb szakasza az *Erdélyi Fiatalok* folyóirat körüli munkásságukhoz kötődik. Ebben két tevékenység mérvadó: a *faluszemináriumnak* nevezett sorozat (megbeszélések, viták, előadások) és a *Falufüzetek* sorozat: négy kötetből álló soro-

4 Maga Venczel a falun lakó erdélyi magyarság arányát a harmincas évek közepén 72-73 százalékra számítja (Venczel, 1935: 234).

zat, 1931–32-ben. Általában az emlékeztetgyakorlatok Mikó Imre (1932) írását szokták kiemelni a sorból.

A gyakori pontatlanságok az egyes megemlékezések során egybemosnak több mindent a falukutatás és a kiadványok kapcsán. Ezért fontos – bár igazán didaktikai természetű fontosság ez – megállapítani:

1. Venczel nem volt a *Falufüzetek* szerzői között (akkor még kezdő diák, pár évvel fiatalabb a szerzőknél; a szervező csoportban jelen volt).

2. Ebben az időszakban (harmincas évek) három folyóiratot kötünk Venczel és körei tevékenységéhez: az egyik az *Erdélyi Fiatalok*, a másik az első *Hitel*, a rövid ideig megjelenő szemle (1935 elején); a harmadik pedig az azonos nevű folytatás, a második *Hitel* (ezt már Venczel vezeti, az első megszűnése utáni újraindult kiadvány).

3.4. Hivatásrendiség eszmekörének hatása: Venczel gondolkodásának központi tényezője

Kiemelt jelentőségű, hogy az ifjú József kezdettől a fiatal katolikusok csoportosulásához tartozik, aminek 1932-től egyetemi lelkesként a későbbi püspök, Márton Áron lesz az egyházi vezetője. Venczel gondolkodására a neveltetéséből származó katolikus közösségi kötődés révén hat mindaz, amit a hivatásrendiség gondolata, a keresztény szocializmus tervezete jelent. *A venczeli társadalomelmélet alapvető meghatározója ebből a gondolati körből származik.*

Akkor, a harmincas évek elején nagyhatású a Vatikán második szociális enciklikája. Az 1931-es keltezésű, *Quadragesimo anno* című pápai enciklika elutasítja a szabad verseny kapitalizmusát, de a kommunista társadalomváltozási modellt is. Egy olyan társadalom tervezetét vázolja, amiben nem gazdasági helyzet szerinti rétegek jelentik a szerkezetet, hanem egymást kiegészítő, kölcsönösen együttműködő csoportok, a szakmai hivatások szerinti kategóriák (vö. Calvez, 2000). Ebben a modellben – amiben egyébként a keresztény felebaráti szeretet az egyik kohéziós tényező – valósítható meg szerintük a szociális igazság. Ennek a társadalomelméleti megközelítésnek a *hivatásrendiség* eszméje, igazságossági ideológiaként pedig a *keresztényszocializmus* gondolata áll központjában. A hivatásrendiség eszméjének hatása szokott a leginkább háttérbe szorulni, de még többször teljesen eltűnni az összképből, amikor a Venczel-féle életmű viszonylag leegyszerűsített, pontatlan, elnagyolt bemutatásával találkozunk valamelyik megemlékezésen, felidézésen.

A *Quadragesimo anno* és annak kortárs egzegézise sajátos alapon bírálja a kapitalizmus – úgymond – túlzásait, különösen a profit emberi méltóság fölé helyezését. Az enciklika a nagy gazdasági világválság idején íródott. Visszhangjának központi témája az enciklika társadalmi igazságosságra vonatkozó felhívása és a közjó fontosságának hangsúlyozása, ebben viszont a korporatizmus eszméjére összpontosít – arra az elképzelésre, hogy a társadalom különböző csoportjainak (munkaadók, munkavállalók és az állam) valamiféle új társadalmi szerződés alapján együtt kell működniük a társadalmi igazságosság érdekében.

Fontos rögzíteni, hogy az értelmiség – azon belül a vidéki, helyi értelmiség szerepe ebből a társadalomszemléletből vezethető le: maga Venczel világosan le is vezeti – ez az ő és társainak opciója, és ez a két világháború közötti, Trianon után felnövő első nemzedék egyik markáns irányzata.

Ehhez az irányzathoz való tartozás kapcsolja össze Venczeléket azzal, amit itt röviden Széchenyi-modellnek nevezünk: a hivatásrendiség eszméje a Szekfű Gyula által közvetített Széchenyi-modell kontextusában hat ezekre a fiatalokra.

Összefoglalóan: „az Erdélyi Fiatalok folyóirat belső ellenzékét jelentő Venczel-csoport esetében egy másik hatás is közrejátszott annak a társadalomszemléletnek a megerősödésében, miszerint a társadalom tanultabb-tehetőbb elitje a társadalmi változás fő szereplője: ez a Széchenyi-modell.” (Magyari, 2014: 17–18) Erre a Szekfű Gyula történész által megrajzolt Széchenyi István-kép volt hatással – amely általában véve is erős hatású volt megjelenésekor (Szekfű, 1920). „A Szekfű-féle Széchenyi István annak az alapgondolatnak az atyja, miszerint a fejlődés az elittel kezdődik – a fejlődő, haladó elit pedig, hivatásaként, képes az közösség önismeretére, és képes – korbeli kedvenc kifejezést használva – a »népvezetésre«. Széchenyi egyik meghatározó művének ez a címe: *Hitel*. Emiatt is választják az új folyóirat címének is a »Hitel« szót.” (Magyari, 2014: 18) Venczelnél és a *Hitel* köréhez tartozóknál ez az elit az értelmiség, és az erdélyi sajátos helyzetben tipikusan a *helyi* értelmiség. Erre hárul a társadalomszervezői szerep az olyan történelmi fejlemények közepette, amikor még Magyarország keretében (1918 előtt) Erdélyhez képest a központi állam „messze” volt; Románia keretében (Erdélyhez képest) az állam nem „saját” állam, mert a magyarság identitását tagadja, próbálja lebontani.

Venczelék együtt tapasztalják a kortársakkal a történelmi kész tényt „hogy a kisebbségi helyzetben eltűnt az erdélyi magyarság háta mögül a magyar állam. S helyette jött a román nemzet államépítő intézményesítése a maga új apparátusával: a jegyző, a csendőr, az ortodox egyház, az állami tanító, az adóhivatalnok, amellyel szemben a vidék magyar kisebbsége teljesen védtelen volt” (Bárdi, 2015: 12). A hivatkozott szerző a továbbiakban Dávid Gyula személyes leveléből idéz: „Ebben a helyzetben a falusi értelmiségnek (pap, tanító) a magatartása, a »népszolgálat« vállalása szükségszerű volt és ideológiai megalapozás nélkül is létkérdés, hiszen hívek és tanulók nélkül az egzisztenciája került veszélybe. Ezért vállaltak fel saját feladatkörükön túl mindent, ami a helyi kisközösség megtartását elősegítette, a kórusmozgalomtól a gazdakörig, a népművészetet kenyérkereső szinten művelő háziipari mozgalom felkarolásáig.” (Bárdi, 2015: 1)

A falusi értelmiség meghatározó szerepéről egyértelmű tételei vannak az alapvetésnek számító venczeli szövegben is, *A falumunka és az erdélyi falumunka-mozgalom* című rövid, de mindenre kiterjedő értekezésben (1935: 248):

„A falumunka-kérdés tanulmányozása néhány lényegbevágó kérdést vetett fel. (...):

1. Az erdélyi magyar társadalomban népünk egységének, élet- és műveltségi színvonalának záloga a vezetésre jól felkészült értelmiség kezében van letéve.

2. Értelmiségünk kiképzése, az értelmiség-nevelés, tehát erdélyi magyarságunk központi kérdése. Megoldásában évjáratoknak s társadalmi rendeknek egyként találkozni ok kell.

3. Az értelmiség-nevelés elsősorban, a népvezetésre való rákészülést jelenti, ami két irányú: szellemi kiképzés (műveltségi színvonal), s a vezetés programjának s területének ismerete (hivatásbeli gyakorlat).

4. A falumunka, mint a társadalomkutatás és segítség egyik részterülete, nemcsak Erdély kisebbségi magyarságának önismeretét, de vezető rétegünk hivatásbeli tájékozódását, sőt gyakorlatát is jelenti: az értelmiség-nevelésben tehát egyáltalán nem nélkülözhető.

5. Végeredményében: a falumunka nemcsak tudományos kedvtelés vagy romantikus időtöltés, hanem komoly nemzetpolitikai feladat, amelynek elsőrangú szerepet kell betöltenie az erdélyi magyarság közösségi életében.”

3.5. Az életpálya tényezőinek összefoglalása

A fiatal, majdani társadalomkutató, intézményszervező ifjú jogászhallgató úgy fordult a falukérdés felé, hogy jónéhány nemzedéktársával együtt az volt a meggyőződése, hogy a falu közösségén keresztül, annak szervezése, irányítása révén lehet a kisebbségi társadalmat megszervezni és továbbéltetni; ehhez viszont alapos helyzetismeretre van szükség.

Mindezek kialakulásában viszont határozottan központi jelentőségűnek azt tartjuk, hogy Venczel ahhoz a jellegzetes mozgalmi-eszmei körhöz – fiatal katolikusok köréhez – kapcsolódik, amely a Trianon utáni társadalomszervezési alternatívát az értelmiségi elitben, és végső soron – minthogy az erdélyi magyar lakosság többségében falusi és agrárnépesség – a helyi, vidéki elitben látja. A személyes életrajzi tényekből jövő erős katolikus közösségi kötődés révén hat erősen Venczel gondolkodására mindaz, amit a hivatásrendiség gondolata, a keresztény szocializmus tervezete, a Szentszék két nevezetes szociális enciklikájának társadalomképe nyújt azokban az évtizedekben.

Hozzá lehet tenni mindezekhez Venczel alkati-neveltetési vonását is, amelyek révén a szervezkedő, tervezgető fiatalok közül ő jutott el leginkább az empirikus tudományosságig, módszerességben is, értekező próza jellegében is. Venczelt többfelé, többen említik úgy, mint pontosságra, egzaktásra törekvő értelmiségit, olyan embert, aki folyton rendszeres, osztályoz, számlál, megtervez – benne a kortársak a „levéltáros alkatot, az íródeák alkatot, a sűrű ceruza és a favonalzó emberét szeretik és tisztelik” (Magyari, 2014: 24).

4. REDUCTIO AD GUSTIANUM

A Venczel Józseffel – és a „falumunkához” valamilyen formában csatlakozó nemzedéktársaival – kapcsolatos kollektív értelmiségi emlékezet (egy része) nyilvánvalóan egyszerűsített, hiányos képet ad annak ellenére, hogy a Venczel életútja és munkái, közlései jól dokumentáltak, tehát a szakirodalma alapos (pl. Székely, 1993). A egyszerűsített képben Venczel József pályája ennyit mutat: ő a bukaresti monografikus szociológia, vagy – még egyszerűbben – Dimitrie Gusti tanítványa, követője, más magyar, vele kortárs értelmiségiekkel együtt.

Nem a Gusti-féle bukaresti szociológiai iskola (és mozgalom) hatása és szerepe van eltúlozva. Ez a hatás és szerep *valóban kiemelkedő volt: megtermékenyítő, tartalmas és meghatározó. Hanem* a gond azzal van, hogy ezt az önmagában fontos szerepet *aránytalanul* kiemelik, más körülmények, keretek rovására – azok rövidített, egyszerűsített taglalásával, de még többször szinte teljes ignorálásukkal.

A kilencvenes évek elején az induló vagy újrainduló egyetemi képzések keretében, köztük a társadalomtudományi szakokon a társadalomkutató elődről sorozatos tájékoztató hangzott el vagy került papírra, később képernyőre – megemlékezések, névadók, szemináriumi dolgozatok, magyarországi közönségnek szánt, az erdélyi társadalomkutatás előzményeiről szóló bemutatók formájában.

Ilyeneket lehetett hallani vagy olvasni, főleg diákok dolgozatában, de idősebb megszólalók esetén is: Venczel Gustival együtt rótta a falvakat, együtt töprengtek... Vagy Venczel Gustitól tanult, Venczeltől pedig Aluáš⁵...

Már a kilencvenes évek elején, a Venczel születésének kerek évfordulójára tekintve (1993-ban a nyolcvanadik) egyre többször elhangzik az igény, hogy a két világháború közötti romániai magyar társadalomkutatást, közelebbről pedig a „falumunkát” a maga teljes keretében, viszonyrendszerek szövevényében kellene bemutatni, természetesen nem szorítva háttérbe a Gusti-hatást sem. De még korábban, a nyolcvanas évek elején Imreh István történész, Venczel-tanítvány arról beszél Balázs Sándornak, a filozófiaprofesszornak, hogy *a Gusti-hatás eltűlése a magyar szakemberek önálló gondolkodásának és módszereinek a rovására mehet* (Zay, 2019). Valóban háttérbe szorulni látszik egy sor szövevény, akár egyedül csak Venczel életpályája, de főleg az egész „falumunkás” generáció kapcsán – soroljuk:

- a korai transzilvanizmus és a későbbi nemzedék viszonya;
- a fiatalok csoportosulásai és világnézeti alapú szerveződése,
- a falumunka előzményei, pl. Braun Róbert falukutatásainak hatása, illetve a népi írók hatása,
- az országcsonkítás utáni államnélküliség közérzlete és az ahhoz is kapcsolódó útkeresés;
- a hivatásrendiség modelljének, a keresztényszocializmus eszméjének hatása; a baloldali orientációval való viszony, azzal való ellentétek; a vásárhelyi találkozó, annak elő- és utóéletével;
- az *Erdélyi Fiatalok*, az első *Hitel* meg a második *Hitel*;
- a „négy magyar év” szerepe 1940 után stb.

A viszonylag leegyszerűsítő kommunikáción sikerült valamelyest túllépni 1993-ban, Venczel születésének 80. évfordulóján rendezett konferenciákon, ahol a teljes kép bemutatását a fő előadónak felkért Antal Árpád irodalomtörténész professzor vállalta feladatul.⁶

4.1. A bukaresti kapcsolatok szerepének összefoglalása

Több tényezőt vázolhatunk fel ahhoz a kérdéshez, hogy *mi hozza az új, útkereső erdélyi magyar nemzedéket oly közel ehhez a társadalomkutatási iskolához, azon kívül, hogy a bukaresti monografikus iskola a maga idejében világhírű lesz?* (Magyari, 2014: 14–15)

Az egyik az, hogy a Gusti-féle kutatómunka és falumozgalom igyekszik az akkori román belpolitikában semleges maradni.⁷ Ezt előírja a benne résztvevőknek is (több-kevesebb sikerrel a legionárius mozgalom terjedése közepette) – ez vonzó és megnyugtató a kisebbségi magyar fiatalok számára.

Egy másik tényező az, hogy a „gustiánus” szociológiai kutatás, bár saját, jól kidolgozott társadalomelméleti alapvetése is van, amúgy nagyon konkrétumorientált, és egyszerűen felfogha-

5 Utalás Ion Aluášra (1927 – 1994), aki annak az intézetnek volt igazgatója, ahol Venczel a hatvanas évek végén dolgozott (Ion Aluáš Gusti-szakértő volt már azelőtt, hogy megismerte Venczelt).

6 Az előadás címe: *Venczel József életpéldája*.

7 Dimitrie Gusti maga majdhogynem apolitikus, és azt, hogy közeli munkatársai vagy tanítványai világnézeti, politikai síkon milyen széles „skálán” vannak, jól mutatja közülük két proeminens személy: a majdani kommunista diktatúra magas rangú politikusa, Miron Constantinescu, illetve a legionáriusok egyik fő értelmiségije, Traian Herseni.

tó, átültethető, alkalmazható. Ezért világos és kézenfekvő példákat, tapasztalatokat jelent a magyar fiatalok számára, azoknak is, akik kevesebbet foglalkoznak az idők során a témával – maga Venczel viszont nagyon részletesen tanulmányozza a Gusti-iskola tételeit, beleértve az elméleti kereteket is, ez leginkább *A falumunka és az erdélyi falumunka-mozgalom* tanulmányból látszik (1935).

Egy *harmadik* tényező az lehet, hogy ez nemcsak falukutatást, hanem mozgalmat is jelent: egy sor lelkes munkát a falvak és a falusi nép javára, például útjavítást, művelődési otthon építését stb. Ez igen vonzó és lelkesítő a magyar fiatalok számára is (Magyari, 2014: uo.).

Egy *további* tényező az, hogy mérvadó magyarországi értelmiségiek méltatják Gustiék munkáját: például Németh László, Keresztury Dezső, Boldizsár Iván és Mikecs László 1935-ben Romániába látogatnak és meg is tekintik a román „falumunkát”. A látogatásnak visszhangja, utóélete van (Németh, 2001; Rostás, 2015).

A magyarországi néprajzos Lükő Gábor pedig hosszú kutatói és tanulmányi éveket tölt el Romániában, csángók vidékein folytatott kutatásait maga a Gusti-iskola támogatja (Lükő, 1936). Lükőt végül csángókutatásai miatt kiutasítják Romániából, de kapcsolata a bukaresti kollegákkal nem romlik meg.

És még egy fontos tényező az, hogy Dimitrie Gusti és más vezetői a bukaresti mozgalomnak maguk is számon is tartják, támogatják az erdélyi magyar fiatalok csoportjának faluigyekezetét. A figyelem kölcsönös. Ennek több fontos ténye van (Venczel egyszemeszteres bukaresti tanulmányútján kívül).

Az *egyik* Venczel József írása a *Sociologie Românească*⁸ folyóiratban, beszédes, hogy a tanulmány címében szerepel a „nemzeti(ségi) önismeret” kifejezés, románul („autocunoașterea națiunii”), ami annak a jele is lehet, hogy a szerző azt is világossá akarta tenni, hogy az erdélyi új nemzedék falu kutatásait mi motiválja végső soron (Venczel, 1936). Egy *másik* tény azoknak a publikációknak a megjelenése, amiben a román oldalról elemzik az erdélyi magyar fiatalok falumunkáját (pl. Golopenția, 1937; Neamțu, 1936).

A Gusti-féle monografikus iskolával való első magyar kapcsolatokat a harmincas évek elején még azok a magyar egyetemisták közvetítik, akik Bukarestben tanulnak, például a később fiatalon elhunyt Bakk Péter. A kolozsváriak közül Mikó Imre veszi fel először a kapcsolatot magával a professzorral 1930 végén. A román professzort meg is hívják Kolozsvárra, hogy találkozzon a magyarokkal, végül egy találkozóra Bukarestben kerül sor (Gusti akkorra már tanügyminiszter lett, nehezebben tehetett eleget az egyes meghívásoknak). Venczel egy egész szemesztert tanul Gusti intézetében az évtized közepén, sőt terepmunkában is részt vesz, az északkelet-erdélyi Újradna melletti Sânc településen.

1937-ben majdnem sikerül Gustiék irányításával és bukaresti hivatalos finanszírozással egy sóvidéki magyar faluban, Siklódon zömében magyar csapattal alkalmazni a módszert, de ez végül nem Gusti, hanem más román politikusok gyanakvása miatt elmarad.

Az első nagy falukutató tábort viszont 1936-ban az akkor fiatal Szabó T. Attila szervezte, Kós Károly és a református teológia támogatásával, Kalotaszeg alszégén: Bábonyan. A részt

⁸ Jelenben is létezik azonos című folyóirat, magát utódnak tekinti. A klasszikus változata a bukaresti monografikus iskola sajátja volt.

vevő 23 egyetemista nemcsak a falu gazdasági, népesedési és lakásviszonyait mérte fel, térképeket is készítve, hanem dolgozott is: patakmedret szabályozott, utat javított.

Az etalonnak számító tábor – ami ötvözte a korábbi falumunka tapasztalatait a bukaresti módszerekkel – Bálványosváralján volt, több szakaszban, 1941 és 1943 között, az immár az anyaországhoz visszakérült Észak-Erdélyben, ahol viszont Venczel alkalmazhatta a – közben világhíressé lett – román módszert.⁹

Orvostanhallgatókból, közgazdászhallgatókból, jogászdiákokból és tanárképzősökből álló csapatot vezetett, több ízben is visszatértek a helyszínre, olykor hetekre. Köztük van az a fiatalember, aki későbbi pályája során majd a leginkább Venczel-tanítványnak bizonyul: ő Imreh István történész – aki jóval később a venczeli szakmai hagyaték első gondozója is lesz (Imreh, 1943).

5. A „REDUKCIÓ” OKAI ÉS KÖRÜLMÉNYEI

5.1. A diskurzus szűk keretei a nacionalista-kommunista Romániában

Az amúgy jelentős „Gusti-hatás” (Imreh István kifejezése) aránytalan kiemelésének az egyik oka, hogy az erdélyi magyar szakmai nyilvánosság több mint két évtizeden át, a hatvanas évek végétől 1990-ig a cenzúra közepette létezett, és ez idő alatt leginkább ezt hozhatta előtérbe: a venczeli munkásság „román” vonatkozását.

Venczel József egy konzervatív értelmiségi csoporthoz tartozott a két világháború között, maga a *Hitel* is egy ilyen hovatarozású folyóirat volt, és ez a kör többé-kevésbé udvarias, de általában elvszerű vitákat is folytatott az akkori (erdélyi magyar) baloldali irányzatokkal. Továbbá Venczel Józsefet 12 év kényszermunkára ítélték a 40-es-50-es évek kommunista diktatúra bebörtönzési hullámában, és 1950 és 1961 között 11 évet töltött börtönben. Elítélése csak részben tartozik az akkor tomboló kommunista koncepciók perék sorába, sokkal inkább a párizsi békekonferencia kapcsán végzett tevékenységéhez fűződik. Venczel része volt annak a munkacsoportnak, amelyik népességföldrajzi adatokkal, térképpel próbált érveket adni a magyar félnek a békekonferencián ahhoz, hogy bizonyos, Trianon után Romániához került területek, ahol a magyarok többségben vannak, kiváltképp határ menti területek Magyarországon maradhassanak a második világháború lezárása után is.

Mindezen életrajzi vonatkozások után az 1960-as évek végén, amikor Romániában a kommunista rendszer egy *viszonylagos, részleges és ideiglenes nyitás* („liberalizálás”) szakaszába érkezett, és a korábbi értelmiségieket, tudósokat, művészeket részben rehabilitálták – vagy legalábbis lehetett már róluk beszélni –, illetve egyesek, akik még éltek, visszatérhettek szakmájukhoz, akkor Venczel esetében – mintegy újrafelfedezve őt – leginkább ezeket lehetett kiemelni koráb-

9 „A társadalmi valóság egészének megragadását tűztük ki célul; nem részletkérdések tisztázására, a priori tételek bizonyítására törekedtünk, hanem az adott társadalmi egység, Bálványosváralja életmegnyilvánulásainak és társadalmi jelenségeinek a rögzítésére, mégpedig annak tudatában, hogy a társadalom életében nincs egyetlen jelenség, egyetlen életmegnyilvánulás sem, amely elszigetelt, önállóan működő és önmagában magyarázható volna (a szociológiai paralelizmus törvénye).” (Venczel, 1993: 30)

bi életrajzából: a „szegény nép” kutatása, a falunak a feltárása, illetve a román–magyar együttműködés pozitív példáját idéző együtt ténykedése a bukaresti szociológiai iskolával a két világháború között.

Tehát Venczel életpályáját a cenzúra körülményei, a román nacionalizmus vergődései miatt *részlegesen lehetett bemutatni*, és előtérbe leginkább a román kapcsolatokat lehetett hozni, a világháborúk közötti bukaresti szociológiai iskolának a hatását és szerepét kellett a leginkább hangsúlyozni, és nem a húszas évek magyar egyetemistáinak viszonylag önálló és sajátos falumozgalmát, az ifjú katolikusok szervezkedését, a hivatásrendiség eszméjének hatását – és ami a legfontosabb: ennek az eszmének az összekapcsolását azzal az elgondolással, hogy a kisebbségbe került erdélyi magyarság legfőbb szervezőereje az értelmiségi elitben, méghozzá sajátos társadalmi szerkezet okán a vidéki értelmiségi elitben határozható meg.

Az életrajzok kényszerűen részleges, cenzúrázott (öncenzúrázott) bemutatása magától érteendő volt a hetvenes-nyolcvanas évek kommunista és magyarellenes Romániájában. Például ilyen Demeter Béla esete is, aki a két világháború közötti ifjúsági falumunka egyik fontos képviselője volt, Venczel társa, és szintén hazaárulás vádjával meghurcolt személy. A hatvanas évek végétől már meg lehetett róla írni a *Romániai Magyar Irodalmi Lexikon* azon kötetében, ami még a kommunista diktatúra idején jelenhetett meg, hogy újságíró volt, szerkesztő, az *Erdélyi Fiataloknak* volt főmunkatársa, számos lap szerkesztője és az *Erdélyi Fiatalok* faluszemináriumának elnöke 1931 és 33 között; illetve azt, hogy kapcsolatot teremtett Dimitrie Gusti bukaresti professzorral, akinek falukutató munkásságát a sajtóban népszerűsítette is. Azt viszont nem lehetett megírni, hogy ő, akárcsak Venczel, részt vett azoknak a dokumentumoknak az összeállításában, amelyekkel a magyar fél a párizsi békeszerződés során érvelhetett amellett, hogy bizonyos magyarok által lakott területek ne kerüljenek vissza Romániához. Demeter Béla részt vett a párizsi béketárgyaláson Magyarország oldalán. A 20. századi magyar történelem néhány aljassága közül kiemelkedő az, hogy amikor a román hatóságok ezért hazaárulás – a román haza elárulása – vádjával kikérték Demeter Bélát, a rákosista Magyarország kiadta Romániának, és 42 éves korában, 1952-ben a bukaresti fogházban agyonverték.¹⁰

Amikor Venczel 1961 elején a börtönből szabadult, saját szakmai képzettségének és korábbi szakmai tevékenységnek megfelelő munkakörben nem dolgozhatott. Kottamásolással és kerámiafestéssel foglalkozott 1969 tavaszáig, amikor a Román Tudományos Akadémia és a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem keretében induló szociológiai laboratóriumban kutatóként alkalmazták. Itt körülbelül három évig dolgozhatott; az időszak vége felé már betegszabadságok szakítják meg tevékenységét, mert akkor már gyógyíthatatlan beteg.

Ekkor a hatvanas-hetvenes évek fordulóján, akár róla, az ő korábbi tevékenységéről szól vagy publikál valaki, akár ő maga foglalja össze különböző közlésében addigi szakmai tapasztalatait, ezek közül az, ami a leginkább szabadon emlegethető, amire a hangsúlyt lehet helyezni, amit ki lehet emelni: a bukaresti szociológiai iskolával való kapcsolata.

10 A irodalmi lexikon kötet sorozatát a románok leállították, és a V betűt tartalmazó kötet, amiben Venczel szócikként szerepelhetett, már 1990 után jelent meg: ezért pedánsan teljes és helyes benne Dávid Gyulának a róla írt szócikke (Dávid, 1981–2002: 1117–1121).

Utóbb, amikor a hetvenes évek közepe felé a romániai kommunizmusban ismét a megszorítások időszaka következik, és véget ér a részleges nyitás, a két világháború közötti magyar falukutatásokról, az *Erdélyi Fiatalok* köreiről már csak nagyon szűk kontextusokban lehet értekezni. Jó példa erre Balázs Sándornak a bukaresti monografikus szociológia hatásáról szóló 1979-es kötete. A valóban példás magyar–román értelmiségi együttműködés kifejtésének örve alatt a kötet részletesen bemutathatta mindazt, amit a két világháború közötti erdélyi fiatal értelmiségiekről tudni lehetett – és akkor elmondani lehetett (vö. Csapody, 2018; Balázs, 1979).

Maga Balázs Sándor élete vége felé így emlékezik vissza egy életútinterjúban erre a kötetére (Zay, 2019):

„Elhatároztam, hogy eddigi tanulmányaim alapján megírom a két világháború közötti romániai magyar szociológia, főleg a falukutatás történetét. Törtem a fejemet, miként lehetne ezt »elültetni« az akkori román tudományos köztudatban, amikor már a »romániai magyar tudomány« emlegetése is kihozta a sodrából a többségi szaktársakat. Kiesztem valamit: mi lenne, ha az akkori időben oly nagyra tartott bukaresti Gusti-féle monografikus szociológiából inspirálódónak mutatom be magyar szociográfusok falukutatásait. Hiszen többen közülük valóban részt vettek a Gusti szervezte csapatokban. (...) Később *Imreh Istvántól meg másoktól meg is kaptam a magamét, amiért eltúloztam a Gusztai-hatást a magyar szakemberek önálló gondolkodásának és módszereinek a rovására* (kiemelés: M. T.). Meg kellett magyaráznom, hogy csak ezen az áron jelenhetett meg a könyvem.”

5.2. Drámai körülmény: Venczel életműve már saját életében történelemnek számított

Venczel József szakmai pályája – annak ellenére, hogy alig több mint 58 évet élt (1913–1972) – javarészt alig másfél évtizednyi időszakban sűrűsödik, tömörül: körülbelül a harmincas évek közepétől a negyvenes évek végéig. Ami ezelőtt, illetve utána történt, természetesen az is fontos, és említendő része az életrajzának. De ami előtte volt, az a fiatal évek, a tanulás évei, a saját élet- és világszemlélete kialakulásának időszaka, ami pedig utána volt, az két évtizeden át a börtönévek, illetve majd a kirekesztettség időszaka, ezután pedig – élete utolsó éveiben: az egy „de facto rehabilitáció” rövid ideje, akkor már a halálos betegség árnyékában. A szakmai életrajz fő epizódjai tehát 1935 és 1950 között sorakoznak: 1935 és 1944 között szerkesztette a *Hitelt*, 1938 és 1945 között vezette az Erdélyi Magyar Gazdasági Egyesület statisztikai szakosztályát. A nevezetes Vásárhelyi Találkozó, aminek az egyik szervezője volt az 1937-es esztendő eseménye volt. 1940–1946 között volt igazgatója az Erdélyi Tudományos Intézetnek. Ekkor írja meg könyvét a két világháború közötti romániai földreformról; ez az egyedüli életében megjelenő kötete (Venczel, 1942). A negyvenes évek második felében részt vesz az alakuló Bolyai Egyetem megszervezésében; rövid ideig ennek az egyetemnek oktatója. A világháború után kidolgozza az Erdélyi Magyar Gazdasági Egyesület földreformtervezetét. Nagy Gézával¹¹ együtt elkészítik a magyar iskolarendszer tervezetét akkor, amikor a romániai magyar oktatás a *leginkább autonóm*

11 Nagy Géza (1914–1981) művelődéstörténész, levéltáros, rövid ideig egyetemi oktató. Venczel József egyik közeli munka- és pályatársa. Az egyoldalú, leegyszerűsített életrajzok szintén ignorálják a szerepét a venczeli vonatkozásban, mint ahogy elhanyagolt más személyek fontos szerepe is: a Márton Ároné, az Imreh Istváné vagy a Domokos Pál Péteré stb.

módon szerveződhetett az egész története során (Magyari, 2020: 520); ez volt – röviden szólva – az akkori *tankerületi rendszer* (vö. Fábán, 2018a: 185).

Ez után a „sűrű” korszak után még huszonkét évet élt, és a munkájára való visszaemlékezés még saját életében elkezdődött, korábbi pályájának egyes részleteit maga említi meg egyes közlései kontextusában – szelektíven, mert ekkor, a hatvanas-hetvenes évek fordulóján már a két világháború közötti események, fejlemények nem mindegyikére lehetett kitérni a diktatúra hivatalos kurzusának kijelölt medre miatt, és így még a saját nyilvános visszaemlékezéseiben is a Gusti-hatás kerül(het) előtérbe (Venczel, 1969; 1970; 1971). Ilyen értelemben élete utolsó szakaszában „Venczel a saját korabeli munkásságának utóéletét érte meg, megérte a saját utókorát” (Magyari, 2014, old.: 11)

A tények aránytalan bemutatása jellemzően elnagyolttá és hiányossá teszi azokat a narratívákat, amelyek Venczel életének és munkásságának utolsó szakaszáról szólnak. (A legtöbb bemutatóból kimarad az, hogy a leginkább véghez vitt munkája élete végén a *Romániai Magyar Irodalmi Lexikon* repertóriumának elkészítése volt.)

1969. április 25-től 1972. január 31-ig a Babeş–Bolyai Tudományegyetem szociológia és filozófia tanszéke, illetve a Román Tudományos Akadémia helyi fiókja által működtetett szociológialaboratóriumban dolgozhatott tudományos kutatóként, ahol főleg a terepmunkán összegyűjtött anyagok rendszerezésével foglalkozott, de részt vett a kutatások tervezésében is, segédmunkát végezve (Katona, 1993).

A jellemzően elnagyolt emlékezések sorában két mítosz alakult ki, illetve egy mítosznak a két változata:

Az egyik mítosz szerint a „gustiánus” Venczel Józsefet a szintén „gustiánus” Ion Aluăş hívta volna és alkalmazta volna ebben az intézetben. Az akkor késő negyvenes éveiben járó Aluăş igazgatója lett ennek az intézetnek.

A mítosznak van egy másik változata, ami az előbbinek a kiterjesztése: maga Aluăş a Gusti-féle módszereket Venczel Józseftől tanulta volna. Ezáltal Venczel tulajdonképpen évtizedek át-hidalásában maga alapozta volna meg a monografikus szociológia hagyományainak folytatását immár a kolozsvári egyetemen.

Ki volt Ion Aluăş (1927–1994), Venczel utolsó munkahelyi főnöke? Román egyetemi oktató; leginkább arról ismert, hogy a hatvanas évek végén ő vezette igazgatóként a kolozsvári BBTE-n a „szociológiai laboratóriumot”. A hetvenes évek közepétől a diktatúra részleges enyhülése után újabb megszorítás következett, ő továbbra is informális, feladatként ráosztott főszervezője volt a korlátozott szociológiai keretű-jellegű-szabadságú kutatásoknak, hogy aztán 1990-től, a rendszerváltás után ő legyen az első vezetője az egyetem megalakult szociológia tanszékének. Érdekes és legendássá vált személye a kolozsvári egyetemnek. Szegény, szilágysági román paraszti családból származott, a negyvenes évek elején részben magyar nyelven végezte középiskolai tanulmányait (mivel az országrész átmenetileg akkor Magyarországhoz tartozott), ezért viszonylag jól beszélt magyarul (és majdnem tökéletesen beszélt franciául, elég jól németül, jól értette az angolt és az orosz is). Az általa irányított munkaközösségeket autoriter módon vezette, nagyon sok vonatkozásban kezdeményezője volt mindannak, ami alapját adta a tanszéki szociológiának és a szociológia oktatásának a kolozsvári egyetemen. Elsősorban intézményszervező és -alapító volt, és kiemelkedő tudású, de – diplomatikusan szólva – nehézkes didaktikájú oktatónak számított; főleg társadalomfilozófia-történeti területen oktatott. Jellegetes

kettősségek figyelhetők meg a szakmai munkájában. Például egy ilyen kettősség az, hogy miközben alapos szociológiai elméleti-történeti tantárgyakat tanított, határozott véleménye az volt, hogy a szociológiának magának nem elmélkedésnek kell lennie, egy jó elméleti konstrukciónak az adott társadalomról, hanem inkább adatolt, statisztikai, empirikus szociológiát kell művelni. Egy másik kettősség, ami személyéhez kötődik: bár lenyűgöző olvasottsága és tudása volt mindarról, amivel foglalkozott, nagyon keveset publikált, ezek is főleg folyóiratcikkek voltak, önálló kötete soha nem jelent meg, doktori címet sem szerzett, és egyetemi docensi fokozatig jutott el. Az egyetemen tisztelői „császárnak” nevezték, hangulatingadozásai és kötekedései ellenére sokan szerették és tisztelték. Napi munkájában nem volt hatékony, szétszórtság és hangulatingadozások jellemezték.¹² A kolozsvári magyar köztudat „magyarbarát” román értelmiségiként tartotta számon (ami abban az értelemben igaz is volt, hogy természetes egyszerűséggel nyitott volt és támogató mindenféle másság iránt). Nőkről való gondolkodása mai szemmel nézve, de már akkori mércék szerint is, szexista volt. Élete vége felé veszélyes szívbetegsége volt, rendkívül túlsúlyos lett, szívrohamban halt meg tanszékvezetőként 1994-ben.

Ion Aluș nem hívhatta 1969-ben az akkor teljesen mellőzött Venczelt az intézetbe dolgozni, mert egyszerűen nem ismerte, semmit nem tudott róla, minthogy voltaképpen majdnem semmit nem tudott a két világháború közötti magyar értelmiségiek szociológiai tevékenységéről sem. Venczel Józsefet beajánlották neki.

A társadalomkutatásba húsz év után visszatérő, már beteg magyar kutatót, ezt a „levéltáros alkatot” a szociológialaboratóriumban tisztelték pontos munkájáért, szerénységéért, visszafogottságáért. Ebben az intézetben akkor egy-két személyt leszámítva mindannyiunknál sokkal idősebb volt, és vele lehetett beszélgetni a saját személyes Dimitrie Gusti-élményeiről: ő volt az, aki a három évtized távlatából, a harmincas évekből hozhatott közvetlen emlékeket. A laboratórium munkatársainak jó része akkor huszonéves kezdő szociológus volt.

Aluș, bár egyetemi tanulmányainak egy részét Bukarestben végezte, maga sem tanult Gustitól közvetlenül. Mire ő 1948-ban egyetemi hallgató lett a bukaresti egyetemen, Dimitrie Gusti nagyjából már indexen volt, kiközösítették, és kevesen múltott, hogy nem jutott a többi neves román értelmiségi két világháború közötti sorsára, hogy nem börtönözték be. Érdemtelen és méltánytalan támadások, zaklatások közepette élt betegen 1955-ben bekövetkezett haláláig.

Aluș a hatvanas évek közepe felé – akkor immár kolozsvári fiatal egyetemi oktatóként – kezdett foglalkozni, újabb tantárgyakra felkészülve, szociológiatörténettel, ebben a román társadalom filozófiai és szociológiai történetével is. Közben a hivatalos nyilvánosságba, köztudatba fokozatosan „visszaengedték” a Gusti-féle szociológia iskoláról szóló narratívákat, és Aluș akkor szerzett részletes és elmélyült ismereteket, hogy aztán ezeket taníthassa a lehető legjobb tudás alapján. Az sem igaz teljesen, hogy a kolozsvári szociológiai tanszéken, illetve a szociológiai laboratóriumban monografikus kutatásokat szerveztek volna a hatvanas évek végétől. Valóban a fő kutatási téma a rurális társadalom kutatása volt, és több módszert alkalmaztak tudatosan azok közül, amelyek a bukaresti hagyományokból származtak, de a kutatások nagy része

12 E tanulmány szerzője a tanszék kezdő oktatójaként tanszéktitkár volt Ion Aluș mellett. A tanszéktitkár az akkori tanszékvezetőknek egyfajta „szárnysegédje” volt.

demográfiai és társadalmi szerkezetre vonatkozott, nem törekedett a monografikus leírásra, és témájukat meghatározta az is, hogy mire tartott igényt az adott megye vezetősége (ami akkor a megyei „pártbizottságot” jelentette).

Venczel számára a statisztikusi-szociológusi kutató állást Gáll Ernő szerzi, akinek kulcsszerepe van a már szinte elfelejtett, mellőzött szakember élete utolsó szakaszában.

Az egyoldalú Venczel-ábrázolások Gáll Ernő sajátos szerepét is általában szem elől tévesztik.

Gáll Ernő már 1957-ben az éppen újrainduló *Korunk* első, beköszönő számában szóba hozza, természetesen az akkori sajátos hivatalos diskurzus kontextusában a két világháború közötti erdélyi magyar falukutatás teljesítményeit (Gáll, 1957). Ebben a tanulmányban árnyalt képet ad (ahogy később fogalmaz: kevésbé „szűkkeblű” képet, Gáll, 1995: 42) ahhoz képest, hogy egy másik közlésében a *Hitel* folyóirat köreit, magát a falumunka egykori képviselőit a szélsőjobbhoz kapcsolja (Gáll, 1958). Később sorozatos elemzésekben tér vissza a jelenség méltatására (Gáll, 1969a; 1969b; 1970), és élete utolsó szakaszában Venczel egyik diszkrét támogatójává válik, Imreh Istvánnal együtt.

Gáll Ernő szerepét abban, hogy két évtized kihagyás után Venczel 1969-től ismét szakmai munkát végezhetett, az Imreh Istvánnal készült, már említett, 1990-es személyes beszélgetés alapján korábban összefoglaltuk (Magyari, 2014: 22-23).

A kolozsvári szociológialaboratóriumban szerez statisztikusi kutatói állást Gáll Ernő Venczel Józsefnek, és ehhez ő két oktatót talál szövetségesnek: Kallós Miklóst és Imreh Istvánt.

Kallós Miklós 1959-től vezette a filozófia tanszéket, ahová ő a beolvasztott Bolyai Egyetemről jött át. Érdeme, hogy rendkívül liberális, nyugodt munkalégkört biztosít a népes tanszéki közösségnek. A történelmi materializmus tanára, tehát tulajdonképpen marxista társadalomelméletet tanít, diákjai úgy emlékeznek vissza rá, mint akinél amúgy meg lehetett ismerni a nyugati szociológiát is, olykor naprakészen. Kallós Miklós befogadó, nyílt személy, amolyan „semmi jónak nem elrontója”, és tanszékvezetőként meg dékánhelyettesként egyengeti Venczel kutatói állásának ügyét, Gáll Ernő felvetése nyomán.

Imreh István pedig Ștefan Pascu, a történész rektor és kari dékán felé falaz, ha kell, lévén Imreh akkor már nagyon elfogadott a román történészi körökben.

Venczel felvétele tudományos munkatársi állásba (bár ez konkrétan segédmunkatársi pozíciót jelentett) azért volt problematikus még a viszonylagos nyitás korszakában is, mert Venczel életrajza „problémás”: nem egyszerűen csak kommunizmusellenessége miatt ült börtönben a „sajnálatos túlkapások idején”, hanem hazaárulásért is: román szemszögből nézve, Románia geopolitikai érdekei ellen szervezkedett, amikor statisztikai adatokkal próbálta aláátmasztani, hogy bizonyos, főleg határ menti területek a párizsi békeszerződés nyomán ne Romániához tartozzanak, hanem Magyarországhoz.

Imreh István szerint az, hogy Venczel József kutatói állást kapjon a kolozsvári egyetemen, az éppen alakuló szociológiai laboratóriumban, Gáll Ernő ötlete volt. Gáll és a tanszékvezető, Kallós Miklós mutatták be Venczelt Ion Aluașnak, a szociológialaboratórium akkori igazgatójának.

5.3. A kontraszelektált középser szerepe a redukcióban

A hatvanas évek második felétől, a korszakra jellemző körülmények folytán, a nagy számú jól felkészült szakember mellett több olyan magyar személy is került kutatóállásba nepotizmus,

kontraszelekció, pártutasítás stb. révén, sőt oktatói állásba is, akik legfeljebb középszerű szakmai szintet értek el, vagy még azt sem, egyszerű aktatologató, tudálékoskodó szereplők maradtak. Ezeknek a személyeknek *nem volt kellő tájékozottsága, műveltsége a két világháború közötti erdélyi magyar kultúrtörténet, tudománytörténet területén*, és nem tudtak mást mondani Venczelről az akkori és későbbi egyetemi ifjaknak, a magyarországi érdeklődőknek, mint amit a hatvanas évek végétől róla cenzúrázatlanul mondani lehetett. Fogalmuk se volt az erdélyi fiatalok saját falumozgalmáról, a *Hitel* üzeneteiről, a fiatal katolikusok tevékenységének, szocializációjának körülményeiről, a keresztényszocializmus és a hivatásrendiség hatásáról, majd semmit nem tudtak Venczel és Márton Áron kapcsolatáról, legtöbbször Venczel üldöztetésének körülményeiről sem – hiszen Venczelről szinte akkor hallottak először, és azt hallották róla, amit akkor lehetett róla mondani. Ez a középszerű nyilván ezeket az információkat vette át és közvetítette a maga módján többféle irányba, például a tanuló ifjúság felé – sőt, 1990 után már a magyarországi szakmai körök felé is. Egy nevet jegyezhettek meg maguknak Venczel kapcsán: Dimitrie Gusti. A teljes és kiegyensúlyozott képet inkább a történeti, irodalomtörténeti, illetve bölcsészeti körök tudták közvetíteni mindvégig.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Balázs, S. (1979). *Szociológia és nemzetiségi önismeret*. Politikai Kiadó.
- Bárdi, N. (2015). A népszolgálat genézise és tartalomváltozása. In N. Bárdi, T. Filep, & J. Lőrincz D. (szerk.), *Népszolgálat. A közösségi elkötelezettség alakváltozatai a magyar kisebbségek történetében* (11–48. o.). Kalligram.
- Both, N. Z. (2021). *A székely faluközösség nótáriusa. Imreh István élete és munkássága*. Erdélyi Múzeum Egyesület.
- Calvez, J-Y. (2000). Things Old and New. Catholic Social Thought in Retrospect and Prospect. In Boswell, J. S. et alii, (szerk.) *Catholic Social Thought. Twilight or Renaissance?* (3–12. o.). Leuven University Press.
- Csapody, M. (2018). A múlt személyisége. Az eszmetörténész Balázs Sándor. *Korunk*, XXIX(4), 53–54.
- Dávid, Gy. (2010). *Venczel József*. In Gy. Dávid (főszerk.), *Romániai Magyar Irodalmi Lexikon V/2., Kriterion – Erdélyi Múzeum-Egyesület*.
- Fábián, G. (2018). A nemzeti kisebbségi jogok biztosításának alakulása Romániában 1918–2018. *Acta Univ. Sapientiae, Legal Studies*, (7)2, 165–261.
- Fodor, F. (1937). A falukutató mozgalom kritikája. *Magyar Szemle*, 30(2), 23–33.
- Gáll, E. (1957). Társadalmi valóság és társadalomkutatás. *Korunk*, 16(1), 7–17.
- Gáll, E. (1958). *A romániai polgári szociológia: kritikai tanulmányok*. Állami Politikai Könyvkiadó.
- Gáll, E. (1969a). Társadalomtudomány és önismeret. *Korunk*, XXVIII(6), 826–833.
- Gáll, E. (1969b). Társadalomtudományi hagyományaink és az önismeret. *Korunk*, XXVIII(7), 1000–1010.
- Gáll, E. (1970). Nemzet és nemzetiség szociológiai nézetben. *Korunk*, XXIX(10), 1526–1539.

- Gáll, E. (1995). *Számvetés. Huszonhét év a Korunk szerkesztőségében*. Komp Press – Korunk Baráti Társaság.
- Golopenția, A. (1937). Metamorphosis Transilvaniae 1918-1936. Un bilanț al maghiarilor din România [Metamorphosis Transilvaniae 1918-1936. A romániai magyarság mérlege 1918–1936]. *Sociologie Românească*, (2), 7–8.
- Imreh, I. (1943). Közgazdászok Bálványosváralján. *Termés*, (3), 11–12.
- Katona, Á. (1993). Tisztelgés egy torzóban maradt életmű előtt (Előszó). In J. Venczel, *A falumunka útján*. Orbán Balázs Közművelődési Egyesület.
- Kós, K., Zágonyi, I., & Pál, Á. (1921). *Kiáltó szó: A magyarság útja: A politikai aktivitás rendszere*. Idegennyelvű Folyóiratkiadó Leányvállalat.
- Lükő, G. (1936). *A moldvai csángók I. A csángók kapcsolatai az erdélyi magyarsággal*.
- Magyari, T. (2014). Venczel József élete és munkássága. In V. Veres, & T. Magyari (szerk.), *Tanulmányok Venczel József munkásságáról. Az erdélyi magyar társadalomkutatás kezdetei* (11–28. o.). Kisebbségkutató Intézet.
- Magyari, T. (2020). A romániai magyar oktatás történelmi szakaszai. In J. Benekek (szerk.), *Erdély. Tér, gazdaság és társadalom* (517–528. o.). Kolozsvári Egyetemi Kiadó; Iskola Alapítvány Kiadó.
- Mikó, I. (1932). *Az erdélyi falu és a nemzetiségi kérdés* (Erdélyi Fiatalok Falu-füzetei 4.). Erdélyi Fiatalok.
- Neamțu, O. (1936). Drumul spre sate al tineretului maghiar din Ardeal [Az erdélyi magyar ifjak útja a falukérdés felé]. *Sociologie Românească*, 1(2). 24–30.
- Németh, L. (2001). *Magyarok Romániában. Az útirajz és a vita*. Mentor.
- Dávid, Gy. (szerk.) (1981–2002). Venczel József. In Dávid Gy. (szerk.) *Romániai Magyar Irodalmi Lexikon I–IV*. (1117–1121. o.). Kriterion Könyvkiadó.
- Rostás, Z. (2015). Magyarok a román szociológia kapcsolatrendszerében. *Pro Minoritate*, (tavasz), 3–13.
- Székely, A. B. (1988). Társadalomtudomány, politika és népszolgálat szintézise Venczel József munkásságában. In J. Venczel, *Erdélyi föld – erdélyi társadalom. Válogatott írások* (7–20. o.). Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Székely, A. B. (1993). A falukutató Venczel József. In J. Venczel, *A falumunka útján* (183–199. o.). Orbán Balázs Közművelődési Egyesület.
- Szekfü, Gy. (1920). *Három nemzedék. Egy hanyatló kor története*. „Élet” Irodalmi és Nyomda Rt.
- Szemlér, F. (1937). Jelszó és mítosz. A második erdélyi nemzedék. *Erdélyi Helikon*, (8), 592–604.
- Varga, Á. E. (1988). Az erdélyi magyarság főbb statisztikai adatai az 1910 utáni népszámlálások tükrében. *A Magyarságkutató Intézet évkönyve* (37–123. o.). Magyarságkutató Intézet.
- Venczel, J. (1935). A falumunka és az erdélyi falumunka-mozgalom. *Erdélyi Múzeum*, 40(7–9), 219–248.
- Venczel, J. (1936). A magyar önismeret útja. A népmozgalmi adatok feldolgozása. *Erdélyi Iskola*, IV, 1–2.

- Venczel, J. (1936). De la autocunoașterea națiunii la știința națiunii. Note asupra încercărilor de cercetare a satelor maghiare. [A nemzeti önismerettől a nemzettudományig. Jegyzetek a magyar falvak kutatásának próbálkozásairól.] *Sociologie Românească*, (6), 22–27.
- Venczel, J. (1942). *Az erdélyi román földbirtokreform*. Erdélyi Tudományos Intézet.
- Venczel, J. (1993). A falukutatás módszerének vázlata. In Uő *A falumunka útján* (30–58. o.). Orbán Balázs Közművelődési Egyesület.
- Venczel, J. (1969). A statisztika és a társadalomtudomány határán. *Korunk*, XXVIII(6), 834–838.
- Venczel, J. (1970). Dimitrie Gusti és az erdélyi magyar falukutatók. *Korunk*, XXIX(6), 821–825.
- Venczel, J. (1971). Demográfiai gondok a társadalomkutatásban. *Korunk*, 9
- „Venczel József” (2025. május 30.). In *Wikipédia*. https://hu.wikipedia.org/wiki/Venczel_J%C3%B3zsef
- Zay, É. (2019. február 13.). „Komolyan veszem, hogy minden mindennel összefügg” (3). Beszélgetés Balázs Sándorral gyermekeveiről, ifjúságáról. *Szabadság – kolozsvári napilap*. <https://szabadsag.ro/article/-komolyan-veszem-hogy-minden-mindennel-osszefugg-3->

Pásztor Gyöngyi¹

A 15 perces város: utópia vagy túlélési stratégia? A kronourbanizmus lehetőségei és kihívásai posztszocialista városokban

Kivonat

Jelen írás célja Carlos Moreno The 15-Minute City című könyvének kritikai értelmezése, különös tekintettel a koncepció kelet-európai alkalmazásának lehetőségeire. A tanulmány Budapest, Bukarest és Kolozsvár példáin keresztül vizsgálja, hogy a modell az adott strukturális és kulturális korlátok között milyen mértékben integrálható. A szerző emellett érvel, hogy a 15 perces város nem csupán várostervezési eszköz, hanem részvételialapú városi demokráciavízió is, ha jól alkalmazzák, nemcsak parkokat és sétálóutcákat jelenthet, hanem időt, közösséget és élhetőbb hétköznapiakat is.

Kulcsszavak: 15 perces város, időtudatos várostervezés, kronourbanizmus, fenntartható városfejlesztés, városi mobilitás, zöld infrastruktúra, kelet-európai városok, szocialista várostervezési örökség, közlekedéspolitiká, gentifikáció

Abstract. The 15-Minute City: Utopia or Survival Strategy? Opportunities and Challenges of Chrono-Urbanism in Post-Socialist Cities

This paper aims to provide a critical interpretation of Carlos Moreno's The 15-Minute City, with particular attention to the concept's potential for adaptation in Eastern Europe. The study examines, through the examples of Budapest, Bucharest, and Cluj-Napoca, the extent to which the model can be integrated within structural and cultural constraints. The author argues that the 15-minute city is not merely an urban planning tool, but also a vision of participatory urban democracy; if applied well, it offers both parks, time, community, and more livable everyday urban life.

Keywords: 15-minute city, time-conscious urban planning, chrono-urbanism, sustainable urban development, urban mobility, green infrastructure, Eastern European cities, socialist urban planning legacy, transport policy, gentrification

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Pásztor, G. (2025). A 15 perces város: Utópia vagy túlélési stratégia? A kronourbanizmus lehetőségei és kihívásai posztszocialista városokban. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 183–194. <https://doi.org/10.17177/77171.315>

¹ Szociológus, egyetemi adjunktus, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Magyar Szociológia és Szociális Munka Intézet. E-mail: gyongyi.pasztor@ubbcluj.ro

I. BEVEZETŐ

Álljunk meg egy pillanatra és képzeljük el: mi lenne, ha a városaink alapjaiban változnának meg? Mi lenne, ha a mindennapjaink nem a dugókban araszolással vagy órákig tartó ingázással telnének, hanem a közeli pékség illatának élvezetével, a sarkon lévő park nyugalmaival vagy egy tízperces sétával a munkahelyig? Carlos Moreno legújabb könyve, a *The 15-Minute City* (A tízenöt perces város) (2024) egy merész kérdést szegez a kortárs várostervezésben érdekelteknek: mi lenne, ha a jövő városai nem a betonrengetegek és a végtelen külvárosok mentén terjeszkednének tovább, hanem visszatálnának az emberi léptékhez, a közelséghez, a működő közösséghez?

Moreno szerint városaink súlyos identitásválságban vergődnek. Az autócentrikus logika, a városi funkciók erőltetett szétválasztása és a túlhajszolt életmód a városi lakók elidegenedését és idővesztését okozta – ezek miatt csúszunk lefele az életminőség lejtőjén (Moreno, 2024: 17). A megoldás? Radikális, mégis egyszerű: újra kell tanulnunk, hogyan gazdálkodjunk az időnkkel és a tereinkkel. Moreno ezt „*chrono-urbanism*”-nek nevezi – időtudatos várostervezésnek (p. 65), amely lehetővé teszi, hogy értékes időnket ne az utakon, hanem a közösségeinkben töltsük.

Carlos Moreno nem egy klasszikus utópiagyártó regényíró, hanem a Sorbonne professzora, francia–kolumbiai származású urbanista, aki már az okos városok előtt is okos városokban gondolkodott. Munkássága a „humán város – a település, ahol nem csupán léteünk, hanem élünk is –” eszméje köré szerveződik. A 15 perces város koncepciója nem a semmiből született: Jane Jacobs legendás városvédő szelleme, a new urbanism mozgalom törekvései és a globális fenntarthatósági hálózatok (C40 cities és társai) egyaránt megtalálhatók Moreno elképzelésében.

A 15 perces város koncepciója akkor robbant be igazán, amikor Párizs polgármestere, Anne Hidalgo 2020-ban hivatalosan is zászlójjára tűzte, mint a párizsi klímastratégia központi elemét – Moreno pedig tanácsadóként közvetlenül is hatott a folyamatokra. Ironikus módon a Covid-19-es világjárvány adta az utolsó nagy löketet: a bezárkózó városok felfedezték, mennyire létfontosságú, hogy az élet alapfunkciói gyalog vagy kerékpárral is elérhetőek legyenek. Mert amikor a határok bezárulnak, a valódi kérdés nem az, meddig mehetünk el; hanem az, hogy mennyi minden van elérhető közelségben.

Moreno víziója egyszerű, mégis felforgató: mi lenne, ha egy városban minden fontos dolog – a munkahelyed, az iskolád, az orvosod, a piacod vagy a kedvenc parkod – mindössze 15 pernyi távolságra lenne tőled? Gyalog vagy kerékpárral megközelíthetően. Nem volna többé órákig tartó ingázás, helyette egy kompakt, élhető és sokszínű városi szövet, ahol nem az autók diktálnának. Azaz a városvezetés célja többé nem a tér tágitása és a funkciók steril szétválasztása lenne, hanem a helyi közelség újrafelfedezése – így a város újra a lakóké lehetne (p. 10).

De mi tartja össze ezt a radikálisnak ható elképzelést? Moreno szerint négy alappillér: közelség, sokféleség, sűrűség és a digitalizáció – mintha csak egy városi alkímia innovatív receptje lenne. Vessünk ezekre egy tömör pillantást. A közelség (*proximity*) azaz a szolgáltatások és tevékenységek helyben, rövid távolságokon belül való elérhetősége, mert a közelség több mint kényelem – ez maga az életminőség (p. 93). A sokféleség (*diversity*), azaz funkcionálisan vegyes városrészek kialakítása, ahol a lakás, a munka, a bolt és a közösségi tér együtt, organikusan egyazon térben vannak (p. 103). A sűrűség (*density*) nem a zsúfoltságra vonatkozik, hanem az

emberléptékű tömörséget jelent, ahol a gyaloglás nem nyűg, hanem természetes választás (p. 106). Végül a digitalizáció és elérhetőség (*ubiquity/digitalization*) a digitális technológiák és távmunka eszközeinek integrálását jelenti a városi működésébe. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a négy fő alappillér továbbiakkal egészül ki, amelyeket Moreno a város „emberközpontú” újratervezésének társadalmi alapjaiként tárgyalja: környezetbarát várostervezés, társadalmi igazságosság, illetve lakossági részvétel. A hirtelen sikerű könyv jelentős hangsúlyt fektet továbbá a társadalmi kohézióra, az ökológiai lábnyom csökkentésére és a városi klímaváltozás elleni küzdelemre. Moreno szerint a városok „lokálisabbá” tétele elősegíti a szén-dioxid-kibocsátás csökkentését, mérsékli a légszennyezést és növeli a városi zöldterületek szerepét. Emellett a közösségek közötti kapcsolatok is erősödnek, hiszen a helyi boltok, közösségi terek és közszolgáltatások támogatják a városrészek társadalmi szövetét.

Moreno nem kertel: a 15 perces város nem csupán városszerkezeti reform, hanem életmódváltás is. Azt ígéri, hogy időt nyerünk, stresszt csökkentünk és újra szerves részei lehetünk a helyi közösségeinknek (p. 70). Nem csak elméletben – Párizsban például a gondolat már valóság. A francia fővárosban Anne Hidalgo polgármester vezetésével a 15 perces város nemcsak politikai jelszó, hanem gyakorlati városfejlesztési program lett (p. 129), amely három fő fronton zajlott. Ezek a következők:

1. *Közlekedési fordulat*: bringasávok avagy „coronapistes”, amelyeken az autók helyét fokozatosan átveszik a kétkerekűek. Az elgondolás megvalósítása érdekében Párizsban az első látványos lépés a kerékpáros infrastruktúra radikális fejlesztése volt. A városvezetés több száz kilométernyi új kerékpárutat létesített, gyakran az autós sávok rovására. Új típusú utcák is megjelentek: az úgynevezett „vélo-rue” (kerékpáros utca), ahol a biciklisek elsőbbséget élveznek, és az autósoknak kell alkalmazkodniuk. A cél az volt, hogy a kerékpározás ne csupán egy lehetőség legyen, hanem Párizs fő közlekedési formájává váljon – különösen az 5-10 kilométeren belüli távolságok esetén.

2. *Zöldítés*: amelynek során új parkok, nyitott iskolaudvarok, közösségi terek jönnek létre. Ezzel párhuzamosan újraértelmezték a város köztereinek szerepét is. Párizs vezetése nagyszabású intézkedéssorozatot indított, amelynek részeként több tízezer parkolóhelyet szüntettek meg, és ezek helyére fák, pihenőpadok, biciklitárolók vagy közösségi terek kerültek. Kiemelt figyelmet fordítottak az iskolák környezetére: az ún. „élő utcák” program keretében az iskolák előtti köztereket autómentessé tették, így a gyerekek és szülők számára sokkal biztonságosabb, zöldebb környezet jött létre. Az ilyen jellegű beavatkozások nemcsak a fizikai térrel, hanem a város társadalmi szövetével is dolgoznak – visszahozzák a közösség élményét a mindennapokba.

3. *Decentralizáció*: azaz a városnegyedek „mikrocentrumokká” váltak, ahol a saját utcád végén minden szükségeset megtalálhatsz (p. 129–150). Az intézkedések másik fontos pillére a közszolgáltatások lokalizálása volt. A város célul tűzte ki, hogy minden lakónegyed rendelkezzen olyan alapvető funkciókkal – óvoda, iskola, háziorvos, könyvtár, bolt –, amelyek eléréséhez az emberek jelentős részének nem kell többé hosszú távokat ingáznia. Ezzel párhuzamosan a városvezetés igyekezett a meglévő közintézményeket – például iskolákat – multifunkcionálissá alakítani. Egyes iskolák hétvégén és az esti órákban sportolási lehetőséget, kulturális programokat kínálnak a helyi lakóknak, így azok automatikusan közösségi csomópontokká is váltak.

Továbbá Párizs az új munkavégzési formák irányába is nyitott. A pandémia alatt szerzett tapasztalatokra építve a város támogatni kezdte a távmunkát, a rugalmas munkavégzést és a

helyi coworking irodák megjelenését. Ezzel nemcsak az utazási idő csökkenését ösztönözték, hanem egyben erősítették a helyi gazdaságot is.

Az eredmény pedig az volt, hogy a belvárosban látványosan visszaszorult az autóforgalom, miközben nőtt a zöldfelületek aránya és a közösségi élet pezsgése. Moreno azonban figyelmeztet: a siker feltétele nem csupán a városszerkezeti átalakítás, hanem az emberek aktív bevonása, valamint a társadalmi igazságosság figyelembevétele. Mert ha nem vigyázunk, az új, élhető negyedek könnyen elit gettókká válhatnak. Mindezek ellenére Párizs esete jól mutatja, hogy a 15 perces város nem csupán egy vágyálom, hanem valóságos alternatíva lehet a hagyományos városfejlesztési modellekkel szemben. A párizsi példán keresztül látjuk, hogy a koncepció sikerének kulcsa nemcsak az infrastruktúra átalakításában rejlik, hanem abban a szemléletváltásban, amely a várost ismét emberközpontú, fenntartható és közösségi helyé kívánja tenni.

Párizs csak a kezdete volt valaminek, ami már kontinenseken ível át. Moreno könyvében nem áll meg a Szajna partjánál: világszerte keresi azokat a helyeket, ahol a 15 perces város eszméje már most is formálja a városi valóságot. Moreno könyvének második része eltérő városokban elemzi a modell különböző elemeinek a gyakorlatba ültetését és azt, ahogyan ez a városban élők mindennapjain változtat: Milánó (p. 151–162), Buenos Aires (p. 179–190), Melbourne (p. 201–221) és mások. S a könyvben említett példákon túl is számos más esetben találkozunk az elv teljes vagy részleges alkalmazásával.

Ottawa, Kanada fővárosa például a 2021-es városfejlesztési tervben hivatalosan is elkötelezte magát a „15 perces negyedek” létrehozása mellett (City of Ottawa, 2021). Az észak-amerikai város ezzel szembement a kontinens autófüggő hagyományaival, és bátran tűzte zászlajára a célt: minden lakó 15–20 percen belül gyalogosan vagy kerékpárral elérje a mindennapi életéhez szükséges szolgáltatásokat. Ottawa nem csupán a belvárosban, hanem a perifériás, széttartó külvárosi övezetekben is új, lokális központokat fejleszt – hogy a külvárosok végre ne csupán hálólhelyek legyenek, hanem élhető, önfenntartó városi sejtek.

És ott van Amszterdam, a bringások mekkája, amely évtizedekkel Moreno elmélete előtt „ráérzett” a 15 perces város logikájára (Koljensic & Verbeek, 2024). Amszterdam sűrű, mégis élhető városszövege, vegyes funkciójú negyedei és világhírű kerékpáros infrastruktúrája ma is etalonnak számít. Itt senkit sem lep meg, ha valaki a pékséget, az iskolát, a fodrást és a munkahelyét is pár perc alatt biciklivel eléri. A város régóta úgy építkezik, hogy a közelség, a közöség és az aktív mobilitás ne kivétel legyen, hanem természetes alapérték. Amszterdam nem hirdeti magát „15 perces városként”, mégis tökéletes példája annak, hogyan lehet egy metropolisz kompakt, zöld és emberléptékű egyszerre.

Ezek a példák jól mutatják: a 15 perces város nem egy francia különlegesség, hanem egy globális tendencia, amely ugyan különböző városi szövetekhez igazodva, de egyre több helyen formálja a jövő városképét. Egy kérdés azonban mindenképp fennmarad: vajon ezek a városok csak kísérleteznek – vagy épp új városi paradigmát építenek? Moreno 15 perces város modellje az utóbbi évek egyik legfelkapottabb várostervezési koncepciója lett – de ahogy az lenni szokott, nem mindenki örül ennek. Az urbanisták egyik fele rajong érte: számukra a modell a városi élet „újratervezett” verziója, ahol az emberi lépték, a sétálhatóság, a közeli zöld terek és a funkcionális sokszínűség végre nem csak prezentációkban szerepel. A progresszívebb irányzatok – például a new urbanism vagy a „complete neighborhoods” hívei pedig konkrét eszközt látnak benne, amellyel városokat tehetnek klímabarátabbá és élhetőbbé.

Csakhogya valóság ennél makacsabb, többen már most jelzik: a modell csodás, de egyáltalán nem varázspálca. A kritikusok szerint a 15 perces város sémája jobban passzol a sűrű, történelmileg kompakt európai városokhoz – mint Amsterdam vagy Párizs –, ám alacsony sűrűségű, széttartó külvárosi területeken aligha alkalmazható „fájdalommentesen” (Sharifi, 2022: 4). Hogyan kezelje a modell elveit követő urbanista a Los Angeles-i vagy houstoni végtelen autófüggő városszöveteket, ahol a legközelebbi bolt is 5 kilométerre van? Olyan drasztikus közlekedéspolitikai és ingatlanpiaci reformokra lenne szükség, amelyek miatt még a legbátrabb város-tervezők is behúznák a féket (Sharifi, 2022: 8).

A leggyakoribb vádként azonban a gentifikációt szokták felhozni a modell ellen. Mi történik akkor, ha a 15 perces város túl jól sikerül? Számos várostervező attól tart, hogy a lokális szolgáltatásokkal felértékelt városrészek lakásárai az egekbe szöknek, kiszorítva az alacsonyabb jövedelmű lakókat (Capasso et al., 2023). Moreno maga is elismeri, hogy a modell csak akkor lehet méltányos, ha a városvezetők párhuzamosan gondoskodnak megfizethető lakhatásról és társadalmi igazságosságról (Moreno, 2024: 96). Vagyis nem elég új parkokat nyitni: közben oda kell figyelni arra is, hogy ne csak a tehetősek élvezzék ezeket.

Van még egy fontos kritika: vajon mennyire reális ma „helyhez kötött” életformát hirdetni miközben globalizált munkaerőpiacról beszélünk? Egy olyan világban, ahol emberek milliói mozognak napi szinten városok és régiók között, a 15 perces város nem tűnhet kissé nosztalgikusnak? Egyes szakértők szerint a modell nehezen veszi figyelembe a modern gazdasági struktúrák mobilitásigényét, különösen a nagyvárosi szuperingázók vagy a digitális nomádok esetében (Allam et al., 2022).

Mindezek ellenére még a kritikusok jelentős része is elismeri: a 15 perces város nem szigorú recept, hanem inkább rugalmas eszköztár, amely segít visszaadni az embereknek a közösségi tereket, bővíteni a zöld felületeket és színesíteni a városi mobilitási lehetőségeket. Nem mindenre válasz, de egy fontos kérdésre igen: hogyan tegyünk városainkért helyben, a saját negyedünkben.

Moreno könyve pedig nem maszatol: őszintén vállalja, hogy a modell társadalmi dilemmákat is felvet. Egy élhetőbb város – ha nem vigyázunk – könnyen elit játszótérre válhat. Moreno viszont következetesen figyelmeztet: a 15 perces város csak akkor lesz valóban befogadó, ha a tervezés középpontjába a társadalmi egyenlőség és az elérhetőség kerül (p. 93: 96).

2. KELET-EURÓPA: SZOVJET MÚLT ÉS VÁROSI ÚJRA GONDOLÁS

Kelet-Európa városai azzal a paradoxonnal küzdenek: hogyan illeszthető be a 15 perces város modellje egy olyan térségbe, ahol a városszerkezet még mindig a szocialista iparosítás és központi tervezés lenyomatait hordozza? A 15 perces város, mint urbánus ideál, alapvetően egy posztindusztriális, jóléti államokban született térbeli vízió, amely az élhető, emberléptékű városrepresentációk narratíváját ötvözi a klímapolitikai célkitűzésekkel. E koncepció lokalizációjának a kérdése kelet-európai városok kontextusában sajátos vonatkozásokat vet fel, hiszen ezek a városok egyszerre őrizik a szocialista modernizáció városépítészeti lenyomatait és a neoliborális átmenet strukturális ellentmondásait.

A régió városait – Budapesttől Bukarestig – mint egyfajta örökséget máig a funkcionális szétválasztás jellemzi, a tömeges lakótelep-építés és az ipari zónák peremekre tolása. A legtöbb kelet-európai városra jellemző monofunkcionális városrész-kialakítások és a központ-periféria dichotómiája lényegileg szembemegy a 15 perces város funkcionális heterogenításra építő logikájával. A Treija és Koroļova (2024) által öt nagy lakótelepi környezettel bíró városban (Riga, Vilnius, Tallinn, Szófia, Bukarest) végzett elemzés egyértelműen rámutat arra, hogy e zónák urbanisztikai konstrukciója nem kínál térbeli keretet a mindennapi funkciók (oktatás, rekreáció, egészségügy) egymás mellett élésére. A városszövet fizikai merevsége mellett a társadalmi mobilitás térbeli rigiditása is meghatározó: a lakók ingázása nem választás kérdése, hanem infrastruktúrába kódolt kényszer.

Míg a nyugat-európai példák (Párizs, Milánó) esetében a mobilitás tudatos visszaszorítása kulcseleme a várospolitikának, addig Bittner (2024) szerint a kelet-európai kontextusban a közlekedés kompenzatív mechanizmusként jelenik meg. Prágai esettanulmányában Bittner (2024) élesen fogalmaz: az autóhasználat elterjedtsége nem pusztán kulturális preferencia, hanem következmény. A lakónegyedek és szolgáltatások térbeli szétválása, a közlekedési infrastruktúra kiegyensúlyozatlansága, valamint a közösségi közlekedés diszfunkcionalitása az autót teszi a városi túlélés eszközévé. A 15 perces város ilyen közegben nem a szabadság tere, hanem elérhetetlen aspiráció.

S mindezeket csak alátámasztják Kelet-Európa társadalmainak kulturális és adminisztratív jellegű sajátosságai. A 15 perces város koncepciója nem csupán a szolgáltatások térbeli közelségéről szól, hanem a közösségi részvételre épülő várostervezés vízióját is megtestesíti. A helyi közösségek aktív bevonása nem csupán eszköz, hanem a városrészek élhetőségének és befogadó jellegének alapfeltétele. A várostervezés decentralizált, és a társadalmi interakciókat támogató közterek révén deliberatív irányba mozdul el (C40 Cities, 2021). Ez a gyakorlat azonban számos kelet-európai városban strukturálisan és kulturálisan is hiányzik. A centralizált tervezési rendszerek öröksége, valamint a civil társadalom korlátozott súlya a városfejlesztésben a várospolitikai részvétel formális gesztusává silányul. A városlakók nem partnerei, hanem alanyai az urbanisztikai narratíváknak – ez pedig épp a 15 perces város egyik alapját ássa alá Bittner (2024).

Hogy hogyan néz ki mindez a valóságban? Három kelet-európai város – Bukarest, Budapest és Kolozsvár – példáján keresztül próbáljuk megérteni, hogy a helyi adottságok milyen fékeket és lehetőségeket rejtenek a modell alkalmazhatósága tekintetében.

Bukarest mint Kelet-Európa egyik legnagyobb városi agglomerációja különleges esettanulmányt kínál a 15 perces város modelljének értelmezéséhez és kihívásaihoz. A város urbánus szerkezetét egyszerre határozza meg a monofunkcionális lakónegyedek szocialista öröksége, valamint az elmúlt két évtized spontán és piaci logika szerint zajló területi expanziója. A város szocialista időszakban kialakított lakótelepi rendszere, az iparhoz kötődő területi logika, valamint az ezredforduló utáni rendszertelenül szabályozott urbanizációs robbanás rendkívül inkoherens, térben széttöredezett városi szövetet eredményezett. A társadalmi egyenlőtlenségek, az infrastruktúra egyenlőtlen fejlettsége és a szolgáltatások koncentrált eloszlása mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a 15 perces város modelljének bevezetése nem pusztán technikai, hanem mélyen strukturális kérdés legyen.

A város funkcionális szegmentáltsága az egyik legkomolyabb kihívás. A Grădinaru et al. (2025) által végzett AI-alapú térképezés Bukarest 2. szektorában kimutatta, hogy a 15 perces elérhetőség (mind gyalogosan, mind kerékpárral) csak lokális zsebekben valósul meg – főként a belső kerületekben. Ezzel szemben a peremvidékeken, ahol az újonnan felépült lakóparkok és ipari zónák koncentrálnak, a mindennapi szolgáltatásokhoz való hozzáférés több mint 30 perces közlekedést igényel – gyakran autóval. A tanulmány által készített geoszámítások egyértelműen azt mutatják: *a 15 perces város Bukarestben jelenleg térben torzított realitás – elit zónákban töredezett valóság, a peremeken viszont illúzió.*

Bukarest ugyan számos, zöld és fenntarthatósági célokat deklaráló várospolitikai dokumentumot fogadott el, ám a kezdeményezések gyakran deklaratívák, nem strukturált stratégiák részei. Alpopi, Burcea és Popescu (2021) elemzése szerint a város urbanisztikai fejlődése a „koherens, fenntartható és egyenletes fejlődési folyamat hiányának” eredménye, amely „nem rendelkezik egyértelmű, hosszú távú vízióval” (p. 21). A szerzők szerint Bukarest „félreklasszifikált” város a 15 perces koncepció tekintetében: a nemzetközi zöldváros-rangsorokban előkelő helyeket foglal el, miközben a valós városi működés továbbra is autóalapú, központfüggő és polarizált.

Ezen túlmenően, Bukarest politikai-intézményi felépítése sem kedvez egy ilyen típusú, integrált városmodell adaptációjának. A várost hat különálló kerület és egy központi fővárosi tanács irányítja, gyakran eltérő fejlesztéspolitikai prioritásokkal és eltérő kapacitásokkal, ami a térszerkezési törekvéseket széttagoltává és gyakran versengővé teszi. A 15 perces város azonban – éppen ellenkezőleg – egyfajta egységes városi ökoszisztémát feltételez, ahol a közszolgáltatások, mobilitási rendszerek és közösségi funkciók koordináltan és egyenlő módon elérhetőek. Az intézményi struktúrák sokszor széttagoltak, az egyes kerületek önkormányzatai más prioritásokkal rendelkeznek, így a közös városfejlesztési irányok kialakítása erősen fragmentált. Ez különösen problematikus egy olyan modell esetében, mint a 15 perces város, amely integrált és koordinált térszervezést igényelne.

Mindezek olyan térbeli törésvonalakat hoztak létre, amelyek strukturálisan akadályozzák a 15 perces város decentralizált, többfunkciós és emberléptékű célrendszerének megvalósulását. A 15 perces város koncepciója egyelőre nem jelenik meg explicit formában Bukarest várospolitikai dokumentumaiban, ám az utóbbi években megfigyelhetők olyan tendenciák, amelyek kompatibilisek az elmélet célkitűzéseivel, és amelyek annak beszívargását jelzik a városfejlesztési gondolkodásba.

A Covid-19-pandémia hatására Bukarestben is történt elmozdulás az aktív mobilitás (gyaloglás, kerékpározás) irányába. A JRC (Lopez Solere et al., 2023) tanulmánya szerint a város lakóinak közlekedési szokásai tendenciálisan nyitottabbak lettek a helyi léptékű közlekedésre, különösen a belső kerületekben. Bár sok esetben ezeket az infrastruktúrákat visszafejlesztették, a társadalmi igény megnőtt, különösen a fiatalabb, középosztálybeli lakosság körében. Ez a változás megágyazhat a 15 perces logika egyik alappilléreinek: a rövid távú, környezetbarát közlekedésnek.

Bizonyos városrészek – mint a Floreasca, Cotroceni vagy akár újabban az Obor környéke – elkezdtek önálló, helyi ökoszisztémaként működni. Itt gyakoriak a sűrűn egymás mellett megjelenő szolgáltatások, kávézók, egészségügyi pontok, oktatási funkciók. A Grădinaru et al. (2025) tanulmány szerint e zónákban a gyalogos elérhetőség térképezése alapján a lakók akár

helyben is el tudják intézni napi ügyeik 70–80 százalékát, szemben a peremkerületek 20–30 százalékos arányával. Ezek a térségek azonban magas presztízű, felső középosztály által lakott negyedek, amelyek példája nem általánosítható, sőt – épp ezek a lokalizált fejlesztések növelhetik a társadalmi térbeli egyenlőtlenségeket.

Bukarest példája rávilágít arra, hogy a 15 perces város modellje a kelet-európai kontextusban nem csupán fizikai infrastruktúra kérdése, hanem mélyen gyökerező térbeli, társadalmi és intézményi egyenlőtlenségekbe ütközik. A város töredezett szerkezete, szabályozási fragmentáltsága és a zöldpolitikai törekvések gyakorlati hiánya egyelőre lehetetlenné teszi a modell integrált, városszintű megvalósítását.

Budapest a 15 perces városmodell szempontjából ellentmondásos és széttartó városi testként értelmezhető: belső kerületei sűrűek, jól ellátottak és kiváló tömegközlekedéssel kapcsolódnak a város többi részéhez – míg a külső kerületek és agglomerációs gyűrűk alacsony sűrűségűek, monofunkcionálisak és közlekedésorientáltak. E kettősség nem csupán fizikai valóság, hanem a várospolitikai és társadalmi prioritások terében is megjelenik.

A 15 perces város eszméje formálisan nem része Budapest hivatalos városstratégiájának, de az elmúlt években egyes önkormányzati törekvések, civil kezdeményezések és fejlesztési projektek mégis utalnak a koncepció részleges beépülésére. Budapest belső kerületei – különösen a VI., VII., VIII. és IX. kerületek megújított zónái – funkcionálisan sűrűk, és a lakók többsége a mindennapi szükségleteit gyalogosan vagy tömegközlekedéssel el tudja intézni. A *Budapesti Mobilitási Terv (BMT)* 2021-es felmérése szerint a belső városrészek lakóinak több mint 65 százaléka kevesebb mint 15 percen belül hozzáfér: alapellátáshoz (orvos, patika), élelmiszerbolt-hoz, oktatási intézményhez, közösségi térhez vagy zöldfelülethez. Ez a struktúra történetileg kialakult városszövet eredménye, nem a 15 perces koncepció tudatos implementációja. Mégis, ezek a területek kvázi modellként működnek, és adaptációs mintát adhatnak más városrészek számára.

A Zakar et al. (2024) tanulmánya szerint Budapest kiemelkedően erős közösségi közlekedési hálózattal rendelkezik a kelet-európai régióban. Azonban a külső kerületek és agglomerációs települések még mindig intenzív autóhasználatra szorulnak. A főváros napi ingázási mintázataiban jól látszik, hogy a 15 perces közelség helyett még mindig domináns a hosszú távú, központosított mozgás. A BMT által előirányzott „15 perces szomszédságok” fejlesztése (pl. Józsefvárosban, Újbuda egyes részein) először forgalomcsillapítással, közterület-reallokációval és gyalogosbarát átépítésekkel próbálja megközelíteni a modellt.

Budapest néhány további kerülete is konkrétan integrálni kezdte a 15 perces város logikáját: a józsefvárosi (VIII. kerület) önkormányzat például 2022-ben elindított *Zöld VIII* programja kifejezetten a „sétaelérhetőség” növelését tűzte ki célul. Angyalföld (XIII. kerület) pedig évek óta tudatosan épít kompakt, vegyes használatú lakónegyedeket, például a Vizafogó és Marina-part környékén. Ezek a példák is azt jelzik, hogy a 15 perces város gondolata nem absztrakt ideálként, hanem részlegesen beszívargó gyakorlati elemként jelenik meg a fejlesztések szintjén.

A modell teljes implementációját azonban számos tényező akadályozza. A város decentralizált irányítása – a 23 kerület autonómiája miatt nehéz koordinált, városi szintű koncepciókat végrehajtani. Ugyanakkor a forgalomcsillapítás és parkolóhelyek megszüntetése gyakran erős lakossági ellenállást vált ki, ahogy azt például a Nagykörút zöldítésére tett kísérletek mutatták.

Budapest esete arra világít rá, hogy a 15 perces város modellje nemcsak tudatos tervezés eredményeként létezhet, hanem történeti és helyi logikák által előállított városi mintázatként is. A belváros, néhány megújuló kerület és a közlekedési hálózat már most potenciálisan megfelel a koncepció számos kritériumának, míg más területek (külkerületek, alvóvárosok, ipari zónák) teljesen kívül esnek ezen a logikán. A jövő kihívása abban rejlik, hogy e meglévő mintákra hogyan lehet tudatosan városstratégiát építeni úgy, hogy a társadalmi egyenlőtlenségeket ne reprodukálják, hanem kiegyensúlyozzák.

Végül nézzük közelebbről *Kolozsvár* példáját: egy kisebb, nem főváros esetében van-e esély a 15 perces város elveinek az implementálására? Kolozsvár az elmúlt két évtizedben Románia egyik leggyorsabban fejlődő városává vált: gazdasági húzóerejét az IT-szektor, a kreatív ipar és az egyetemek adják, miközben kulturális és történelmi identitása továbbra is erős lokális kötődéseket termel (Pásztor & Péter, 2006). Ez a kettősség – a globális tudásalapú gazdaság és a hagyományos, közép-európai városkarakter közötti dinamikus feszültség – különösen izgalmas-sá teszi a 15 perces városmodell alkalmazásának vizsgálatát.

Miközben az elmélet a decentralizációra, lokalításra és vegyes használatra épít, Kolozsvár városszerkezete egyre inkább a koncentráció, központosítás és szuburbanizáció háromszögében alakul – ami alapjaiban lehetetleníti el a 15 perces város célkitűzéseit. Bilaşco et al. (2024) tanulmánya GIS-alapú elemzéssel vizsgálta Kolozsvár funkcionális zónáit a kreatív iparágak és elérhetőségi idő alapján. A kutatás kimutatta, hogy míg a város – különösen a belváros, illetve a Măraşti és Monostor lakónegyedek – kompakt, többfunkciós városszövettel bír, és lakosai gyalogosan vagy kerékpárral 10–15 percen belül eléri a legtöbb alapfunkciót (lásd még Strinu, 2019), addig a szuburbanizált területek – például Szászfenes és Kisbács – funkcionálisan elszigeteltek. A lakosság meghatározó része innen naponta több mint 30 percet ingázik, gyakran autóval, ami nemcsak a 15 perces városmodell elveivel ellenkezik, hanem környezeti, egészségügyi és társadalmi problémákat is gerjeszt. Hasonlóan egy Coheci & Petrişor (2023) által végzett összehasonlító tanulmány Szászfenes példáján keresztül mutatja be, hogy Kolozsvár agglomerációs övezetei mennyire inkompatibilisek a 15 perces városlogikával. Ezek a településeken nincsenek munkahelyek, korlátozott az oktatás, egészségügy, zöldterület-hozzáférés, illetve a közlekedés szinte kizárólag autóalapú, a tömegközlekedés pedig elégtelen. Szászfenes mára több mint 70 ezer lakossal rendelkezik, és Kolozsvár egyik „árnyékvárosává” vált (Pásztor, 2023) – ahol a városi funkciók nélkül lakók tömegei naponta térnek vissza Kolozsvár belvárosába, hogy ott éljenek városi életet, amit lakóhelyük nem biztosít számukra. Ez a jelenség a 15 perces város strukturális antitézise.

Ugyanakkor a város bizonyos területein – például Ecsetgyár vagy a Someş Delivery által revitalizált folyóparti zónákban – a 15 perces város modelljének alulról építkező példái is megjelennek. Ezek a terek nemcsak közlekedési szempontból jól elérhetőek, hanem kulturálisan aktívak, társadalmilag inkluzívak, lokális szolgáltatásokkal ellátottak, és – ami különösen fontos – a városlakók saját kezdeményezésére és használati mintázatai alapján fejlődtek ki. A „funkcionális gravitációs pontok” fogalma ez esetben teljes mértékben alkalmazható: ezek a közösségi terek nem top-down várospolitikai tervezés eredményei, hanem spontán „15 perces szigetek” egy még erősen centralizált városban.

Kolozsvár ugyan hivatalosan nem használja a „15 perces város” fogalmat, de a *2023-as Fenntartható Fejlődési Stratégiában* (Strategia de Dezvoltare Durabilă a Municipiului Cluj-Napoca,

2023) már megjelennek az elérhetőség, helyi szolgáltatásfejlesztés és közösségi zöld terek erősítésére irányuló törekvések. Az iskolák, közösségi központok és mikromobilitási infrastruktúra fejlesztése részlegesen megfelel a koncepció egyes elveinek, még ha a rendszerszintű gondolkodás hiányzik is.

Kolozsvár esetében a 15 perces város nem áll távol az elérhetőségtől – de nem városszintű valóság, inkább térben szórt kísérleti mintázatok rendszere. A belvárosi területek, kreatív negyedek és közösségi kezdeményezések modellszerű működést mutatnak, míg az agglomerációs peremvidékek a térbeli kizárás, közlekedési determináció és funkcionális szegregáció terepei. A modell alkalmazhatósága itt a várospolitikai irányváltáson, a területi integráción, valamint az infrastruktúra decentralizálásán múlik – vagyis a 15 perces város nem esztétikai választás, hanem strukturális döntés kérdése.

A 15 perces város koncepciója Kelet-Európa városaiban inspiráló tehát, de nem akadálytalanul adaptálható modell. Bár történelmi városmagjaik – például Budapest vagy Kolozsvár belső kerületei – részlegesen már most is megfelelnek a koncepció elveinek, a szocialista örökségű, monofunkcionális városnegyedek, illetve a rendszerváltás során tömegessé váló szuburbiák, az autóorientált mobilitás és a széttagolt várospolitikai rendszerek komoly strukturális korlátokat jelentenek. A modell sikeres lokalizációja nem pusztán fizikai infrastruktúraátalakítás kérdése, hanem mélyebb társadalmi és intézményi átrendeződést is feltételez: decentralizációt, részvételiséget, valamint a közösségi terek és szolgáltatások térbeli újraegyensúlyozását. A 15 perces város Kelet-Európában csak akkor válhat valósággá, ha nem mint kész nyugati sémát importálják, hanem helyi viszonyokra szabott, társadalmilag igazságos városfejlesztési eszközzé alakul.

3. ÖSSZEGZÉS

Carlos Moreno modellje nemcsak egy várostervezési elv hanem gyakorlatias manifesztum egy igazságosabb, egészségesebb és boldogabb városi élet mellett. A 15 perces város víziója nem utópia, hanem gyakorlati útmutató – egy eszköz a városi tér újragondolásához a klímaválság és társadalmi egyenlőtlenségek korában. Moreno könyve kétségtelenül az elmúlt évek egyik legprovokatívabb várostervezési munkája. Erősségei között elsőként említhető a közérthetőség: a 15 perces város koncepciója nem csupán szakembereknek szól, hanem a városlakókhoz is közvetlenül beszél. A kötet pozitívuma, hogy nem csupán teoretikus fejtegetések gyűjteménye, hanem valódi esettanulmányokra támaszkodik – Párizstól Buenos Airesig, Milánótól Melbourne-ig.

Moreno egyik legnagyobb ütőkártyája a komplexitás: miközben időgazdálkodási kérdéseket boncol (kronourbanism), figyel a közösségi terek, a mobilitás és a társadalmi egyenlőség szempontjaira is. Emellett vállaltan kritikus önmagával szemben – elismeri, hogy a 15 perces város eszméje nem mentes a kockázatoktól (például a gentifikáció veszélyétől vagy a túlzott lokalitás problémájától).

Ugyanakkor a modell gyengeségei sem kerülhetők meg. A legnagyobb kritika talán az, hogy a keret – bár univerzálisnak tűnik – alapvetően mégis a kompakt, sűrű városszövetű, európai városokra lett „optimalizálva”. Moreno példái többségében olyan városok szerepelnek, amelyek

már eredendően kisebb léptékűek, központi maggal és jól kiépített tömegközlekedési hálózattal rendelkeznek. Ugyanakkor helyenként idealista, különösen ott, ahol a globális mobilitási igényeket próbálja alábecsülni. A modern gazdasági és társadalmi mozgásterek – például a regionális és nemzetközi munkavállalók, digitális nomádok vagy multinacionális központok dolgozóinak realitása – nem mindig illeszkednek a „15 perces lokalitás” világképebe.

Összegzésként Moreno felvetése fontos hozzájárulás a fenntartható és emberközpontú várostervezés nemzetközi diskurzusához. A 15 perces város nem csodaszor, de erős, jól érthető keret arra, hogyan gondoljuk újra városi tereinket. A könyv legnagyobb ereje talán abban rejlik, hogy vitát gerjeszt – a városok élhetőségéről, a közösségi terek fontosságáról és arról, mennyire érdemes lokális szempontok szerint újraszabni városi életünket. Moreno nem egy univerzális csodaszert tesz az asztalra, sokkal inkább kaput nyit: városaink adottságaihoz igazítva, helyi közösségekkel együttműködve találhatunk rá arra az útra, ahol a város újra az embereké lehet – és nem csupán az autóké vagy a befektetőké (p. 123). A könyv zárása pedig éppen ezért ütős: az időnk nem a dugókban, hanem a parkokban és a sarki közösségi térben lenne a legjobb helyen (p. 139).

Kelet-Európa szempontjából a modell egyszerre inspiráló és korlátokba ütköző. A történelmi városmagokban (pl. Budapest, Kolozsvár belvárosi negyedei) a 15 perces város gondolata ma is élő valóság, ám a paneles külvárosok, az átmenet éveiben tömegessé vált szuburbiák vagy a társadalmi egyenlőtlenségekkel terhelt városszövetek nehezebben vehetők rá a modell befogadására. Ez esetben is Moreno könyve inkább rugalmas gondolati keretet kínál, semmint kész receptet. A kérdés inkább az, hogy a régió városai mennyire tudják ezt a keretet a saját történeti és társadalmi adottságaikra szabni. A 15 perces város, ha jól alkalmazzák, nemcsak parkokat és sétálóutcákat jelenthet, hanem időt, közösséget és élhetőbb hétköznapiakat is. A tét tehát nem kevesebb, mint visszaszerezni a városi életidőt – de nem mindegy, hogy hol és hogyan.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Alpopi, C., Burcea, Ș. G., & Popescu, R. I. (2021). Analysis of urban planning in Bucharest. Current and future challenges. *Proceedings of Administration and Public Management International Conference*, 17(1), 18–25.
- Allam, Z., Jones, D., & Thondoo, M. (2022). The resilience paradox of the 15-minute city. *Journal of Urban Management*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.1016/j.jum.2021.12.001>
- Bilașco, Ș., Horeczki, R., Rácz, S., Sanda, R., Vasile, D., Iuliu, V., Ioan, F., & Sestras, P. (2024). Spatial analysis of creative industries for urban functional zones: A GIS-based comparative study in Eastern European regional centres: Cluj-Napoca (Romania) and Pécs (Hungary). *Applied Sciences*, 14(3), 1088. <https://doi.org/10.3390/app14031088>
- Bittner, J. (2024). Accessibility of local amenities to reduce car dependency: The Prague case. *AESOP Congress Proceedings*.
- C40 Cities. (2021). *Green and thriving neighbourhoods guidebook*. https://www.c40.org/wp-content/uploads/2021/10/C40-Arup-GTN-Guidebook_2021.pdf

- Capasso, L., Ferilli, G., & Ferrara, C. (2023). Gentrification risks in proximity-based urban models. *Cities*, 136, 104289. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104289>
- City of Ottawa. (2021). *15-minute neighbourhoods baseline report*. https://documents.ottawa.ca/sites/default/files/15-minute_baseline_report_en.pdf
- Cocheci, R. M., & Petrișor, A. I. (2023). Challenges for sustainable suburban communities: Comparing Romanian and Italian metropolitan areas. *Italian Journal of Planning Practice*, 13(1), 47–75.
- Easterling, K. (2014). *Extrastatecraft: The power of infrastructure space*. Verso Books.
- Grădinaru, A. P., Badea, A.-C., Ene, A., & Badea, G. (2025). The integration of geospatial analyses based on AI in GIS in the context of the “15-minute city” concept. *E3S Web of Conferences*, 608, 05008. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202560805008>
- Koljensic, P., & Verbeek, T. (2024). All-inclusive 15-minute city? A fine-grained analysis of spatial accessibility inequality in Amsterdam. *AESOP Annual Congress 2024 Proceedings*. <https://proceedings.aesop-planning.eu/index.php/aesopro/article/view/2895>
- Lopez Soler, J. R., Christidis, P., & Vassallo, J. M. (2023). Evolution of teleworking and urban mobility changes driven by the COVID-19 pandemic across European cities. 10.1016/j.trpro.2023.02.199 (online)
- Transportation Research Procedia*, 69. Moreno, C. (2024). *The 15-minute city: A solution to saving our time & our planet*. Wiley.
- Moreno, C., Allam, Z., Chabaud, D., Gall, C., & Pratlong, F. (2021). Introducing the 15-minute city: Sustainability, resilience and place identity in future post-pandemic cities. *Smart Cities*, 4(1), 93–111. <https://doi.org/10.3390/smartcities4010006>
- Pásztor, Gy. (2023). Városról falura. A romániai szuburbanizáció folyamata a népszámlálási adatok tükrében. *Erdélyi Társadalom*, 21(2), 83–94.
- Pásztor, Gy., & Péter, L. (2006). Kolozsvár mint márka – Útban egy posztmodern város felé? *Erdélyi Társadalom*, 4(2), 65–80.
- Pásztor, Gy., & Péter, L. (2009). Urban housing problem in Romania: The legacy of communist block of flats. *Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Sociologia*, 1, 79–100.
- Sharifi, A. (2022). A critical review of 15-minute city research. *Sustainable Cities and Society*, 78, 103604. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.103604>
- Strinu, O. (2019). The five-minute-walk distance concept: Case study – City of Cluj-Napoca, Romania. *Studia UBB Geographia*, 64(2), 89–100. <https://doi.org/10.24193/subbgeogr.2019.2.04>
- Treija, S., & Koroļova, A. (2024). Understanding mobility behaviour in large housing estates: A critical application of the 15-minute city concept. *AESOP Congress Proceedings*.
- Zakar, M., Máthé, C., Szegedi, S., Vas, O. O., Horváth, G., & Tóth, T. (2024). Challenges and opportunities for advancing electric carsharing in Central Europe. *Folia Geographica*, 66(2), 83–119.

ET

RECENZÍÓK

4

Sólyom Andrea¹

Túraútvonalak az empíria ösvényein Recenzió Gagy József: *Sajátterep* c. könyvéről (Kriza János Néprajzi Társaság, 2024)

Acím: *Sajátterep* elsöre birtoklónak is hangozhat, az enyém, ura tudok lenni, úgy is olvasható, mint a saját világ, környezet egy szeletének leírása. Egyes terek leírása során és személyes percepcióm szerint ebből van több, kívülálló marad, utazó, összekötő a világok között, nem simul bele a tájba. Amikor pedig a tanári, ingázói, szakmai gyakorlatvezetői szerepre reflektál, akkor természetesen belülről is teszi, saját példáján keresztül. Az alcím finomítja a határozott, egybeírt, rövid és frappáns címet: utak, módszertani tanulságok. Ez a szerző alázatát is üzeni: nem módszertani kézikönyvnek, hanem lehetséges kiindulópontnak, mankónak szánja.

A könyvnek hét fejezete van. A részletes ismertetés nem tárgya jelen írásnak, de röviden felvázolom a kötet szerkezetét. A viszonylag terjedelmes bevezetőből az is kiderül, hogy a terepre járásnak családi gyökerei is vannak az édesapja révén, ismerteti a fogalmakat, majd bevezet az egyik hitvallásába, amellyel magam is próbálom megfertőzni a körülöttem levő fiatalokat (főleg a 6–12 éves korosztályt, a 20 éveseket is persze, de velük sem könnyű): „Gyalogolni jó! Szétnézni jó! Beszélgetni jó! Megérteni jó!” Lehet, hogy az antropológiában gyakori, a szociológiában kevésbé, hogy egy kutató ennyire hosszú időn át kitartson egyetlen terep mellett, pedig valószínűleg segíti a társadalmi folyamatok mélyebb megértését. Etéd, Szentegyháza, Márafalva, Csíkfalva ilyen hosszú távú maratonok helyszíne.

A második fejezetben a gyűjtésről olvashatunk röviden, megtudhatjuk, hogy kutatói pályáját három éven át, összesen 27 napig tartó néprajzi gyűjtéssel kezdte Etéd környékén, szakdolgozatot írt a mondákról hiedelmekről. Fontosnak tartja több ízben is leszögezni, hogy nem tanult kutatómódszertant, tehát inkább autodidaktaként határozza meg magát. Visszatekintve akkor úgy élte meg, hogy értékmentő munkát végez, az utolsó öt méteren rögzíti a még létező tudást. Ezt az állítását az is alátámasztja, hogy néhány év leforgása alatt, a rendszerváltás után már nem találja nyomát a boszorkányokról szóló legendáknak. Huszonhárom faluban hetvenhárom adatközlőtől 142 darabos mondagyűjteményt dolgoz fel 191 oldalas szakdolgozatában. A témavezetők álma vagy rémálma?

Majd a beavató terep következik, amelyben a diákokkal folytatott munka didaktikai szempontjaiba nyerünk betekintést. Kiderül, hogy nemcsak egyetemi tanárkodása idején, hanem még a nyolcvanas években, a közoktatásban való munkálkodása során kezdte el a diákok beavátását a terepezés rejtelmeibe a néprajzi kör keretében. Ez segített annak megértésében, hogy mi is történt például Csíkfalván éveken át 2004-től 2016-ig, ahol néha figyelemmel követhettem az általa vezetett nyári szakmai gyakorlat alakulását, és azon is eltöprenghettem, hogy milyen

¹ Szociológus, egyetemi adjunktus, Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem, Csíkszeredai Kar, Társadalomtudományi tanszék, solyomandrea@uni.sapientia.ro, <https://orcid.org/0000-0002-5403-341X>

szándékai voltak ezzel a szervezőnek. Kívülről az volt észlelhető, hogy évről évre hasonló témájú kérdőívvél járják ugyanazokat a helyszíneket, a kutatási eszköz is megkérdőjelezhető szakmai szempontból, meg az eredményként összegyűjthető és feldolgozható adatok hasznosíthatósága is. Az érthető volt, hogy ennek a tábornak egyrészt csapatépítő jellege volt a reggeli és esti rítusok révén, és hogy ezáltal a diákok gyakorolhatják a kapcsolatfelvétel és -ápolás, a megfigyelés, bizalomépítés technikáit, de úgy véltem, hogy ennyi energiaráfordítással akár más helyszínen, hasznosabb eszközzel, gyakorlatba beépíthetőbb eredményekkel is járhatna egy ilyen kezdeményezés. Bár a tapasztalatok is azt mutatják, illetve sok helyen olvasható a szakirodalomban is, hogy nehéz összeegyeztetni egymással, egyszerre abszolválni a didaktikai, akadémiai, vidékfejlesztési és egyéb célokat. A sapientias diákokkal terepnaplót is írat, ezáltal fejleszti megfigyelési készségeiket.

Az ismerős terep (amelyet úgy határoz meg, hogy a leírt terep számít ismerősnek) című negyedik, legterjedelmesebb fejezet olvasása során számomra a legfontosabb üzenet az volt, hogy mindig legalább kettős identitással van jelen a szerző helyzetekben, sohasem csak magánemberként vagy a tanári, újságírói szerepnek megfelelő inget ölti magára, hanem a kutatói, antropológusi szemüveget is folyamatosan viseli és az eseményeket ezen keresztül is szemléli, legyen az ingázás, temetés, diákokkal való iskolai és extrakurrikuláris foglalkozás. Belekóstoltat a patakon inneni és túli (az elméleti és szakközépiskolák között húzódó mentális határ) iskolák világába, a lógáshoz való viszonyba tanárszemmel és osztályfőnökként, az ösztöndíjak levonását kiszámoló előkönyvelőként, családlátogatóként, az őszi betakarítási munkálatokra kivezényelt diákokat felügyelő ismerkedő megfigyelőként. Megtudhatjuk azt is, hogy milyen feltételeket kellett volna teljesíteni a szocializmusban a doktori képzésre való beiratkozáshoz, amivel ezek szerint már akkor kacérkodott, végül egy időre az egyéni és csoportos önképzés útjára lépett. Például nem lehetett évismétlő, túl sok igazolatlan hiányzással rendelkező, büneset elkövető diákja annak, akinek ilyen aspirációi voltak. Az ingázást nemcsak a késő diákokat felmentő tanárként, hanem a szentegyházi líceum alkalmazottjaként is megtapasztalta és megfigyelte, az ingázó diákokkal naplót, fogalmazást írat egy-egy napjukról, ami az osztályozás mellett a megfigyelést is elősegítette, egy temetésen a kívülálló osztályfőnökként betöltött saját szerepére reflektál terepnaplójában, és úgy tűnik, hogy mindent értékesít, esetbemutatások, tanulmányok, cikkek formájában, az ecoi levágott disznó minden darabját hasznosítja. Módszerei között a kísérletet is megtaláljuk, amikor álverekedést szervez meg, hogy megfigyelhesse a közönséget alkotó diákok reakcióit, bár mint utóbb kiderül, nem sikerült hitelesre a jelenet, a szereplőválasztás. A Micsurin-megnyitóról készült tanulmányrészlete kontextualizálja az iskolák közötti kulturális különbségeket, a tanárok viszonyulásmódjait, ezt az eseménysorozatot is felhasználja kutatói célokra is.

Majd a következő két fejezetben a hosszú beszélgetések következnek, amelyeket Máréfalván és Csíkfalván folytat éveken, összességében évtizedeken keresztül. Külső szemlélőként szintén nehezen érthető, hogy miért „költözik be” időről időre ugyanahhoz az alanyhoz, miért nem megy máshová, más alanyhoz, más faluba, mi az, amit ezektől a kiválasztott alanyoktól remél a saját életútjuk megismerésén túl. Ezekre részben választ adnak az időközben megjelenő publikációi, de a puzzle-darabok, motivációk ennek a könyvnek az olvasása során kristályosodnak ki. 2000-ben iratkozott be doktori iskolába, és az 1993-ban megkezdett máréfalvi terepezéséből írta meg a világvégevárásról szóló dolgozatát, közben természetesen publikálta többek között a

begyűjtött hiedelemszövegeket. 2010-ben megjelent könyve kudarctörténetére is reflektál, az adatközlője biográfiájának kendőzetlen, a kanonizációba nem illeszkedő találása miatt megsértődtek az asszonynak emléket állítani készülő rokonok. Így egy időre kivonulni kényszerült a témából és a terepből. Majd a székely kapukkal és az örökségesítés témával tért vissza, ezekből a kutatásokból a máréfalvi erdőgazdálkodási feszültségek is felsejlenek, ami szintén egy rizikós, érzékeny kérdés. Csíkfalva községben három alannal beszélgetett hosszan, türelmesen és kitaratóan az elmúlt két évtizedben, ezek részleteibe, technikáiba, tanulságaiba is beavatja az olvasót. Természetesen ezekből is több könyv született.

A könyvet záró rövid fejezet eleget tesz az olvasói eligazítás követelményeinek. Százötvennyolc lábjegyzet igazítja útba az olvasót, és 38 képpel illusztrálja a mondanivalóját. Százharmincegy szakirodalmi tételből 45 (1977 és 2023 között megjelent) saját munka, 86 pedig mások műve. Saját bevallása szerint nem leltározza fel az összes terepkutatását, de azért vélhetően nagy részükből kapunk kóstolót. Vannak fontos elméleti és módszertani kiindulópontjai, amelyekhez vissza-visszatér, viszonyul hozzájuk, feltétlenül idesorolható a teljesség igénye nélkül Clifford Geerts, A. Gergely András, James Clifford és persze a KAM-osok, a csoportos önképzés korábbi évtizedekben biztonságot nyújtó közege.

A könyv tehát évtizedeket fog át, belekortyolhatunk a közoktatásban szerzett tapasztalataiba, képet kapunk az ingázás megélésébe, nemcsak tanári, hanem diákszemszögből is, reflektál a kudarccélményekre is, amelyek közül az egyik a máréfalvi szentasszony történetének helyi percepcióját övezte, a másik pedig az egyetem Terepmunka Módszertani Központ létrehozását célzó álom megvalósítási kísérletét mutatja be. A szerző úgy vezet be a terepmunkába, hogy nem szabályokkal, receptekkel látja el az olvasót, hanem mentorként elmondja, hogy ő mit és hogyan tapasztalt meg. Itt is köztes szerepben találjuk, mert szabadon engedti az okulni vágyót, se nem tanár, se nem riporter, se nem önbioográfia-író, hanem olyan mint a főhősei, pl. Domi bácsi: beszélgetni akar velünk.

Türelmes a szerző akkor, amikor terepen dolgozik, nem sajnálja az energiát, erőforrást (üzemanyagot, kis figyelmességeket stb.) arra, hogy éveken keresztül visszajárjon, gyalogoljon, szétnézzon, beszélgessen, megértsen alanyokat, folyamatokat, társadalmi változásokat. Ez az erény viszont jelen könyvben nem domborodik ki, sietősnek tűnik abban, ahogy a termék megjelentetéséhez viszonyult az utolsó simítások, olvasószerkesztés, korrektúra, szerkezeti átgondolás tekintetében – ezek zöme akár önkéntesek bevonásával is finomítható (és ez egyben egy, tanúk előtt történő felajánlás is a jövőre nézve).

Ugyanakkor némi grafomániával is vádolható a szerző, amiért ilyen szinten és intenzitással termel. A felhalmozott tapasztalatok hasznosításáról szóló ars poeticája kiderül az Ecora való hivatkozásból: „a szakdolgozat olyan, mint a levágott disznó, nem kell eldobni semmit, minden testrész hasznosítható. Ilyen a terep is” (Gagyi, 2024: 115). Úgy tűnik, helyenként szó szerint minden szeletre, darabra alkalmazza ezt.

A könyv olvasásakor eleinte furcsának, szokatlannak tűnnek a túl hosszú önidézetek, amelyeket főleg korábban megjelent munkáiból emel be, nem érthető, hogy miért nem elég ezekre csak hivatkozni vagy mellékletként, esetleg végjegyzetként közölni. Aztán a későbbiek során érthetővé válik, hogy segítik a megértést ott helyben, nem kell más könyveket megkeresni, fellapozni, tulajdonképpen energiát spórol ezáltal az érdeklődő olvasónak, ám megfontolandó

lenne egyes szövegrészeket rövidebben közölni, tekintettel a felnövekvő generáció olvasási szokásaira.

Ki a célközönség, kinek szánja ezt a könyvet? Ez a műfaj, terjedelem és forma elsősorban nem a fiatal generációt szólítja meg, amely az egyetemre iratkozva elindult a kutatóvá érés útján, mert ahhoz túl részletes, túl hosszú időt fed le, nem elég pörgős, és a tapasztalatok azt mutatják, a terepezés során bemutatott technikáknak csak egy része alkalmazható ma már egyetemi csoportokban, amelyeknek rövid távon látszik az eredménye. Az évekig tartó hosszú beszélgetésekre ugyanazzal az emberrel például nehezen rávehetők a diákok. Inkább a kutatási tapasztalattal már rendelkező sorstársak közül kerülhet ki a könyv olvasóközönsége.

A szociográfia, annak definíciója szerint, közösségek életviszonyait, életmódját kutatja és rendszerezve leírja, személyes élményeket beleszöve. A könyvben szereplő első utalásnál mintha szitokszónak számítana, úgy tűnik, hogy tiltakozik a besorolás ellen, már erről magánleveleztünk is egyszer, a másodiknál már mintha beletörődne a szerző, bár ott nem őt, hanem a művét sorolják be. Kevesebbnek számít a szociográfia szűk pázmája, mint a társadalomkutatás nagy átfogó útja. Nem teljesen világos a recenzió számára, hogy pontosan mi a kifogása ellene a szerzőnek, hogy egyes lexikonszerkesztők valamikor az irodalom felé sorolták, tolták. Gagy József széles spektrumú, sok szöveget átfogó térkamerája, nem felülről, repülőből fényképező látásmódja, ebben is köztes pozíciója, néha belülről, máskor kívülről érzékeny receptorai által láttat. Az interjúalanyok narratíváinak feldolgozásával társadalomtörténeti látleteket nyújt, társadalmi jelenségeket magyaráz.

SZAKIRODALOM REFERENCE

Gagy József (2024) *Sajátterep*. Kriza János Néprajzi Társaság.

Tinca Richard¹

Mi következik a neoliberalizmus után?

Recenzió a Sorin Gog és Victoria Stoiciu szerkesztette

Ce urmează după neoliberalism? Pentru un imaginar politic alternativ
(Mi következik a neoliberalizmus után? Egy alternatív politikai képzeletért)
című tanulmánykötetről (Presa Universitară Clujeană, 2024)

Kelet-Európa a posztoszocialista átmenet során a neoliberális kapitalizmus kísérleti terepévé vált, ahol a piaci fundamentalizmus hegemoniája jelölte ki az átalakulás irányát. Románia egy szélsőséges neoliberális átalakuláson ment keresztül: a piaczgazdaságra való áttérés radikális reformokkal, sokkterápiás intézkedésekkel és megszorítások sorozatával valósult meg. Ezt az átalakulási folyamatot veszi kritikai górcső alá a 2024-ben megjelent *Ce urmează după neoliberalism? Pentru un imaginar politic alternativ* (Mi következik a neoliberalizmus után? Egy alternatív politikai képzeletért) című tanulmánykötet, amely Sorin Gog és Victoria Stoiciu szerkesztésében, a kolozsvári Presa Universitară Clujeană gondozásában jelent meg.

A kötet a romániai posztoszocialista korszak három évtizedes tapasztalatait vizsgálja. Ezt a periódust egy neoliberális konszenzus uralta, amely a szociális állam felszámolását, a pénzügyi szektor dominanciáját és az átfogó privatizációt tette a meghatározó társadalompolitikai gyakorlattá. Az újkapitalista berendezkedés maradandó következményeként jelentkeztek a súlyos társadalmi egyenlőtlenségek, az akut lakhatási válság, a regionális leszakadás és a tömeges elszegényedés. Mindezek ellenére a neoliberalizmus kritikája és a status quo megkérdőjelezése az elmúlt évtizedekben marginális maradt a román közbeszédben, hozzájárulva a neoliberális beágyazottság legitimációjához.

Módszertani szempontból is figyelemre méltó az a sokszínűség, amely a tanulmányok gazdag empirikus megalapozottságát és a kvalitatív–kvantitatív megközelítések ötvözését jellemzi. A szerzők szisztematikusan támaszkodnak friss közvélemény-kutatási adatokra, nemzetközi felmérésekre és statisztikai elemzésekre, miközben esettanulmányok, interjúk és részvételi megfigyelések révén a társadalmi mozgalmak és szakpolitikai konfliktusok különféle aspektusaiba is betekintést nyújtanak.

Különlegessége nem csupán az empirikus adatok értelmezésében rejlik, hanem egy alternatív politikai képzelet felvázolásában is, ami kísérletet tesz a neoliberális hegemonia meghaladására. A tanulmányok szerzői különböző területeken keresztül – a lakhatástól és oktatástól kezdve a munka világán és környezetpolitikán át egészen a politikai részvétel és szubjektíváció kérdéseiig – vizsgálják a neoliberalizmus megnyilvánulási formáit, és egy olyan alternatív politikai vízió felvázolására törekkenek, amely ezek meghaladását célozza.

Már a rendszerváltást követő első években a neoliberális piaci logika vált hegemonná, miközben az alternatív – például keynesiánus vagy szociáldemokrata – megközelítések fokozatosan kiszorultak a közpolitikai gondolkodásból. A posztkommunista átmenet során azonban a

1 Szociológus, teológus. E-mail: tincarichard@gmail.com

román politikai elit és értelmiségi közeg sem a szocialista rendszer belső működéséről, sem a követendő nyugati modellek komplexitásáról nem rendelkezett kellő ismeretekkel.

E tudáshiányt egy orvosi allegóriával világítja meg Vladimir Pasti, aki történeti-politikai nézőpontból közelíti meg Románia rendszerváltás utáni átalakulását. A fejlett kapitalizmus az egészséges test, a román szocializmus a beteg szervezet, amely a forradalom során orvoshoz fordul – ám az orvos, vagyis a nyugati szakértő, sem a betegség természetét, sem a kezelés mikéntjét nem ismeri. Mindez jól mutatja, hogy a kapitalizmus romániai adaptációját nem empirikus megalapozottság, hanem ideologikus minták irányították, ami figyelmen kívül hagyta a társadalmi és gazdasági valóságokat.

A neoliberalizmus nem sorsszerű fejlődési út, hanem tudatos politikai döntések és érdekek eredője. Vladimir Pasti tanulmányában arra mutat rá, hogy Románia jövője azon múlik, képes-e saját társadalmi tudását a posztkommunista tapasztalatok kritikai feldolgozására építeni. Ez a kiindulópont nemcsak történeti diagnózist ad, hanem keretet is teremt a kötet további tanulmányai számára, amelyek különböző aspektusokon keresztül vizsgálják meg a neoliberais átalakulás következményeit és lehetséges alternatíváit.

A neoliberalizmus számos súlyos társadalmi válságot eredményezett – ezek közül a lakhatási krízis az egyik legsúlyosabb, amely mégis hosszú ideig marginális maradt a közbeszédben. Amint a tanulmánykötetből is kiderül, noha Románia lakosságának döntő többsége magántulajdonban lévő ingatlanban él, a lakhatási biztonság meglehetősen rétegzett: például a fiatalok jelentős része szülőkkel vagy más családtagokkal kénytelen élni, miközben körükben kifejezetten magas a súlyos lakhatási depriváció előfordulása. A kötet két, egymással párbeszédben álló tanulmánya e válság szerkezeti okait és a lakhatási mozgalmak társadalmi válaszait vizsgálja.

A lakhatás strukturális válsága Romániában elsősorban annak tudható be, hogy a rendszerváltást követően fokozatosan a piaci logika uralma alá került. Az államszocializmusban felépült lakásállományt privatizálták, a közösségi tulajdon visszaszorult, az állam pedig gyakorlatilag kivonult a lakásépítésből. E folyamat eredményeként egyre súlyosbodott a megfizethető és megfelelő minőségű lakások hiánya, a túlszűfolttság, valamint a lakhatási szegénység tömeges megjelenése. A lakhatás kettős természetéből – mint piaci áru és mint a társadalmi újratermelés alapvető feltétele – fakadó feszültség a neoliberalizmusban különösen élesen jelentkezik: a lakás spekulatív befektetési eszközzé alakul, amelyben a tőkefelhalmozás logikája folyamatosan ütközik az alapvető társadalmi szükségletekkel. Vincze Enikő tanulmánya szerint e válság meghaladásához a lakhatás rendszerszintű újragondolására van szükség: olyan, vegyes tulajdonformákon alapuló modellre, amely erős közösségi elemeket mozgósít, például átfogó állami és önkormányzati bérlakásprogramokon, szigorú piacsabályozáson és a lakásgazdálkodás közösségi kontrollján keresztül, miközben a lakhatáshoz való jog garantálása egyetemes társadalmi alapelvvé válik.

A lakhatás intézményi és politikai újragondolása mellett fontos azt is látni, hogyan reagálnak a különböző társadalmi szereplők a mindennapokban e válság következményeire. Ioana Florea és Mihail Sandu-Dumitriu esettanulmánya a lakhatási mozgalmak kialakulását és társadalmi támogatottságát vizsgálja Romániában a rendszerváltást követő időszakról napjainkig. Elemzésük rávilágít arra, hogy ezek a mobilizációk jellemzően konkrét lakhatási krízishelyzetek – például kilakoltatások vagy tömeges jogsértések – nyomán erősödtek fel, amikor is a közvetlen fenyegetettség kollektív szolidaritást generált. Ugyanakkor a tartós társadalmi összefogás

kialakítása nehezebben fenntartható, még akkor is, ha elvi szinten széles körű támogatottság mutatható ki az inkluzív lakáspolitikák iránt. A tanulmány áttekinti a mozgalmak szerveződési formáit, kulcseményeit, és azokat a kihívásokat is, amelyekkel jelenleg szembesülnek – különös tekintettel a társadalmi osztályokon és rétegeken átívelő szolidaritás kiépítésének nehézségeire.

A kötet tanulmányai nem elszigetelt válságokként, hanem rendszerszintű következményeként értelmezik a neoliberalizmus által előidézett gazdasági és társadalmi feszültségeket. Andrei Mocearov írása például az utóbbi évek energiaár-válsága kapcsán mutat rá a neoliberális piacszabályozás kudarcaira. Provokatív címválasztása – *Az energiahordozók megfizethetetlen árának rejtélye. A kapitalizmus nem működik, és az emberek szocializmust akarnak* – talán túlzásnak tűnhet, de pontosan megragadja a fejezet alapgondolatát: az energiaárak drasztikus emelkedése nem átmeneti zavar, hanem rendszerszintű következmény, és a társadalmi válaszok egyre inkább a szolidaritáselvű, állami beavatkozások irányába mutatnak.

Mocearov tanulmánya az energiapolitika válságát a közművek piacosításához és a spekulatív logikára épülő árképzéshez köti, amely kiszolgáltatottá tette az ellátást és radikálisan megnövelte a lakosság terheit. A 2021-ben bekövetkező energiaár-robbanás a háztartások tömeges eladósodásához vezetett, miközben az állam csak késve reagált – ársapkák és kompenzációk formájában –, ám ezek inkább tüneti kezelések voltak, mint rendszerszintű válaszok. A szerző szerint a piac nem képes biztosítani a stabil és megfizethető ellátást, ezért az állami beavatkozás szükségességét hangsúlyozza, amely közösségi tulajdonú infrastruktúrával és fenntartható beruházásokkal válaszolna a válság strukturális okaira.

Tamás Gáspár Miklós (2021) egyik esszéjében arról ír, hogy a mai kapitalizmus a rugalmasság és változás jelszavaival teszi elfogadhatóvá a prekaritást és kizsákmányolást. A technológiai fejlődés nem a munkateher csökkenését hozta, hanem annak igazságtalan elosztását: nem sokan dolgoznak keveset, hanem kevesen dolgoznak túl sokat. A neoliberális logika által erőltetett munkaerőpiaci „rugalmasság” a dolgozók védtelenségével járt, és mára a gazdaság fenntarthatóságát is veszélyezteti. Ovidiu Goran, Aurora Trif és Dragoș Adăscăliței közös tanulmánya európai összehasonlításban értelmezi a romániai szakszervezetek helyzetének paradoxonát. Romániában a rendszerváltás utáni évtizedekben látványosan meggyengült a szakszervezeti mozgalom: visszaesett a kollektív szerződések lefedettsége, és egyre szűkebbre szabottá vált a sztrájkjog gyakorlása is. Ám ez nem pusztán hazai sajátosság, hanem a neoliberális világrend és az uniós gazdaságpolitika által erőltetett strukturális átalakulás következménye, amely tudatosan szorította háttérbe a kollektív érdekképviseletet. A tanulmány arra is rámutat, hogy bár az EU-intézmények ösztönözték a formális jogok átvételét, az *austerity* (megszorító) és a flexibilizációs elvárások végső soron a dolgozói pozíciók gyengüléséhez vezettek.

A közoktatás hagyományosan a vertikális mobilitás egyik legfőbb eszközeként van számon tartva. A meritokratikus elmélet szerint az oktatás lehetőséget kínál a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentésére, és az egyéni teljesítményen alapuló felemelkedésre. A neoliberális korszakban azonban ez az ígéret egyre inkább kiüresedik: az oktatás ma már sokszor nem kompenzálja, hanem újratermeli a társadalmi hátrányokat. Sebastian Țoc és Andreea Gheba tanulmánya éppen erre világít rá a PISA-, PIRLS- és TIMSS-felmérések alapján, amelyek szerint Románia az oktatási esélyegyenlőség terén az uniós sereghajtók közé tartozik. A szerzők szerint a tanulói teljesítmények közötti extrém különbségek és a családi háttér meghatározó szerepe az oktatási

rendszer szelektív jellegét és igazságtalanságát jelzi. Javasataik túlmutatnak a pedagógiai reformon: célzott szociális programokat, ösztöndíjak bővítését és az állami szerepvállalás megerősítését sürgetik – jelezve, hogy az oktatási egyenlőség csak szélesebb társadalompolitikai változásokkal érhető el.

A környezeti válság napjainkra egyre világosabban tárja fel a neoliberális gazdaságpolitika strukturális ellentmondásait: a profitérdekek által vezérelt növekedési logika nemcsak a társadalmi egyenlőtlenségeket mélyíti el, hanem a természeti erőforrások kimerítésén, a közjavak privatizálásán és az ökoszisztémák széthullásán keresztül maga is a klímakrízis egyik fő előidézője vált. Jelen problémával a kötetben két tanulmány is foglalkozik.

Adrian Dohotaru tanulmánya annak lehetőségét vizsgálja, kialakulhat-e Romániában egy baloldali ököpolitikai mozgalom, valamint hogy a társadalom mennyiben érzékeli a klímaváltság sürgető természetét. Interdiszciplináris megközelítéssel – a politikai ökológia és mozgalomkutatás szempontjait ötvözve – elemzi a romániai zöld aktivizmus történetét, amelyet hosszú ideig lokális, apolitikus keretek jellemeztek. Közvélemény-kutatási adatok alapján arra a következtetésre jut, hogy bár a társadalomban erős a környezeti tudatosság, ez nem tükröződik a politikai képviseletben: nincs baloldali zöld párt, a meglévő formációk pedig beolvadtak a neoliberális diskurzusba. Dohotaru mellett érvel, hogy a környezeti és társadalmi igazságosság összefügg – az olyan ügyek, mint a közösségi közlekedés, a szociális lakhatás vagy az energiahatékonyság egyszerre zöld és szociális kérdések. Ennek megfelelően egy olyan ököpolitikai program szükségességét hangsúlyozza, amely kimondja a kapitalista logika felelősségét a klímaválsáért, és állami, közösségi megoldásokat helyez előtérbe.

Irina Velicu és Hestia Delibaş tanulmánya a környezeti igazságosságot az élelmiszer-önrendelkezés (food sovereignty) kritikai fogalmán keresztül közelíti meg, a vidéki Románia társadalmi és gazdasági átalakulásainak tükrében. A szerzők a poszt szocialista mezőgazdasági szerkezetváltást elemzik, amely kettős következménnyel járt: egyrészt létrejött egy tőkekoncentrált, exportorientált agrárszektor, másrészt a kisgazdaságok és helyi közösségek tömegei kiszorultak az élelmiszer-termelésből. E folyamat hatására került előtérbe az a kérdés, hogy kié az élelem fölötti kontroll – a piacé vagy a közösségé. Velicu és Delibaş az élelmiszer-szuverenitás eszméjét a demokratikus önrendelkezés progresszív értelmezéseként állítják szembe a konzervatív agrárpopulizmus etno-nacionalista bezárkózásával.

A neoliberalizmus strukturálisan újratermeli a női egyenlőtlenséget: miközben elvárja tőlük a gazdasági produktivitást, a gondoskodás terheit változatlanul rájuk hárítja (Gregor, 2022). Ennek ellenére Romániában a nők kisebb arányban sorolják magukat a baloldalhoz, mint a férfiak – szemben a nyugat-európai trendekkel –, addig konkrét szakpolitikai kérdésekben egyértelműen progresszívabb értékeket vallanak. Tudorina Mihai értelmezése szerint e paradoxon történelmi és kulturális okokra vezethető vissza: a baloldaliság fogalma a posztkommunista térségben erősen kompromittálódott, miközben a nők politikai identitását jelentős mértékben befolyásolják a vallásos és konzervatív diskurzusok is. Ez a szociális érzékenység azonban jelentős politikai potenciált rejt, amely megfelelő nyelvezettel és értékkeszlettel megszólítva a szolidaritáson alapuló politikai alternatíva társadalmi bázisává válhat. A nemek közötti egyenlőség és a társadalmi igazságosság összekapcsolása kulcsfontosságú lehet a politikai képzelet kibontakozásához.

Elena Trifan tanulmánya a neoliberalizmus kulturális belső tereibe vezet: azt vizsgálja, hogyan vált a személyiségfejlesztés – az „önmagad kovácsa vagy” mantrájára épülő tréningek, könyvek és tanácsadói iparág – a neoliberális ideológia egyik leghatékonyabb hordozójává a román társadalomban. A szerző szerint e diskurzus – amely az egyéni felelősségre, a pozitív gondolkodásra és a versenyképességre helyezi a hangsúlyt – nem pusztán a középosztály önképét formálja, hanem a társadalmi problémák individualizálásán keresztül gyengíti a kollektív felelősség és szolidaritás normáit. Trifan azonban rámutat arra is, hogy az individualizmus retorikája saját határaiba ütközik: a középosztály egy része már felismeri, hogy a társadalmi nehézségek nem orvosolhatók belső attitűdváltással, és egyre inkább hiányolja a közösségi gondoskodás intézményeit. E felismerés alapján Trifan egy alternatív kulturális program körvonalait is felvázolja: a szolidáris szubjektum újjáépítését, amelyhez szerinte a közoktatás átalakítása – a társadalomtudományi ismeretek és kooperációs készségek előtérbe helyezése – alapvető eszköz lehet. E tanulmány a kötet méltó lezárása: azt üzeni, hogy a neoliberalizmus meghaladása nemcsak gazdasági vagy politikai, hanem mentális és erkölcsi kérdés is – s ennek felismerése lehet az első lépés egy igazságosabb társadalom irányába.

Vladimir Borțun zárótanulmánya a román baloldal rendszerváltás utáni történetét tekinti át, és azt a kérdést boncolgatja, miért nem alakult ki mindmáig egy olyan tömegpárt, amely hitelesen képviselné a munkavállalók és kiszolgáltatott társadalmi csoportok érdekeit. Megállapítása szerint a legnagyobb „baloldali” politikai erő, a PSD (Szociáldemokrata Párt) valójában a hazai tőkésosztály érdekeinek megfelelően hajtott végre a neoliberális átmenetet, és közben elhanyagolta a klasszikus szociáldemokrata programot és társadalmi bázist. A szakszervezetek sem tudtak tartós ellenállást kifejteni, a független baloldali kezdeményezések (mint például a PSR vagy a Demos) pedig vagy a múlt iránti nosztalgiába sülyedtek, vagy mérsékelt reformizmusra szorítkoztak. Borțun szerint egy új baloldal csak akkor lehet sikeres, ha tanul ezekből a kudarcból, és egy átfogó „transzíciós program” mentén építkezik: azaz konkrét társadalmi küzdelmekre alapoz, amelyek során az emberek saját közvetlen tapasztalataikon keresztül értik meg a kapitalista rendszer korlátait. A tanulmány optimista záróüzenete szorosan illeszkedik a kötet egészéhez. Borțun úgy látja, hogy a társadalmi feltételek adottak egy új baloldali politikai projekt számára – az antikapitalista attitűdök a lakhatás, oktatás, munkajogok vagy épp a környezetvédelem terén már léteznek a társadalom széles rétegeiben, csak megfelelő politikai artikuláció hiányzik. A szerző egy olyan baloldali párt vízióját vázolja fel, amely koalícióban gondolkodik: összehangolja a feminista, ökológiai, regionális és munkásmozgalmi törekvéseket, és a kapitalizmus mélyreható strukturális kritikáját összekapcsolja jóléti, redistributív és demokratikus reformokkal. Ezzel a fejezet nemcsak összegzi, hanem szintetizálja is a kötet tanulságait: megmutatja, hogy a neoliberalizmus meghaladása nemcsak szükséges, hanem társadalmi szinten már elő is van készítve – a kihívás csupán az, hogy ezt a kollektív tapasztalatot politikai képviselletté formálja valaki.

A *Ce urmează după neoliberalism? Pentru un imaginar politic alternativ* című tanulmánykötet célja nem csupán a posztoszocialista neoliberális átalakulás három évtizedének kritikai feltárása, hanem egy igazságosabb társadalom alternatívájának körvonalazása is a neoliberális hegemonia meghaladása révén. A tanulmányok sokfélesége ellenére a kötet egésze koherens egységet alkot. A szerkesztők tudatos koncepció mentén rendezték el az írásokat, így a fejezetek nem elszigetelt esszék, hanem egymást kiegészítő mozaikdarabokként olvashatók. A fejezetek szorosan kapcso-

lódnak egymáshoz: mindegyik egy-egy rendszerproblémát tár fel (legyen az a lakhatás, a munka, az oktatás, a környezet, a politikai képviselet vagy az egyéni tudat), és ezek összességéből rajzolódik ki a teljes kép a neoliberalizmus romániai hatásairól. Így a kötet nem esik szét különálló tanulmányokra, hanem egymással párbeszédben lévő fejezetek láncolataként olvasható.

A tanulmánygyűjtemény egyik kiemelkedő erénye a módszertani és elméleti sokszínűség. A szerzők ötvözik a statisztikai adatelemzést és közvélemény-kutatási eredmények értékelését a kvalitatív megközelítésekkel (esettanulmányokkal, interjúkkal, részvételi megfigyelésekkel). Így a fejezetek egyszerre nyújtanak makroszintű strukturális elemzést és mikroszintű társadalmi betekintést, ami szilárd alapot ad a kritikai következtetéseknek. Az elméleti keretek is változatosak: a politikai gazdaságtani szemlélettől a feminista és ökológiai megközelítéseken át a kulturális kritikai elméletekig több paradigmát képviselnek a szerzők. Ez a multidiszciplináris látásmód komoly hozzáadott értéket jelent, hiszen a neoliberalizmus kritikája és a lehetséges alternatívák feltérképezése így a társadalmi valóság több rétegére kiterjed.

A kötet megjelenése hiánypótló mind a tudományos diskurzus, mind a tágabb közéleti vita szempontjából. Romániában – és általában a posztoszocialista Kelet-Európában – ritkán született ennyire átfogó és empirikusan megalapozott kritikai értékelés a neoliberális átmenetről, így a jelen munka új irányt szabhat a társadalmi önreflexiónak. Egyszerre politikai és tudományos vállalkozásról van szó: politikai, mert a bemutatott elemzések és adatok révén hozzájárulhat a közbeszéd tematikájának kiszélesítéséhez, a status quo megkérdőjelezéséhez és egy új jövőkép körvonalazásához; tudományos, mert a posztneoliberalizmus fogalmát és lehetőségeit a társadalomtudomány eszköztárával tárja elénk, adatvezérelt módon. A szerzők és szerkesztők ezzel a kötettel tudatosan kapcsolódnak a globális kritikai diskurzusokhoz is, miközben a romániai tapasztalatoknak önálló hangot adnak.

Összegzősképpen, a *Ce urmează după neoliberalism? Pentru un imaginar politic alternativ* átfogó és inspiráló munka, amely új megvilágításba helyezi az elmúlt évtizedek társadalmi folyamatait és a jövő lehetőségeit. Szerkesztői koncepciója, tematikai és módszertani gazdagsága, valamint következetesen kritikai, de nem dogmatikus hangvétele révén a kötet egyszerre tudományos értékű és politikailag releváns. Segítségével a posztneoliberális gondolkodás kiléphet a marginalitásból: a benne felhalmozott tudás és reflexióanyag alapul szolgálhat egy igazságosabb társadalmi modell melletti érvekhez, és támpontokat nyújthat a majdani politikai gyakorlat számára is. A neoliberalizmus utáni alternatíva – amint a könyv is sugallja – nem csupán elméleti lehetőség, hanem a jelenben formálódó tendenciákra építő, valós jövőképpé érhet, ha sikerül a kritikai felismeréseket kollektív cselekvéssé transzformálni. Eljött az ideje, hogy a társadalomtudomány ne csak értelmezze a világot, hanem hozzájáruljon annak megváltoztatásához is.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Tamás, G. M. (2021). Hajnali tűnődések kommunizmusról és egyebekről. In Uő, *Antitézis* (pp. 21–33). Kalligram.
- Gregor, A. (2024). Nem vész el, csak átalakul? Kísérlet a neoliberális neopatriarchátus fogalmának magyarországi alkalmazására. *Fordulat*, 24, 110–127.

A szerzőkről About the Authors

ANDOK MÓNICA, PhD, a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Kommunikáció tanszékének vezetője, habilitált egyetemi docens. A *Jel-Kép* kommunikációelméleti folyóirat egyik főszerkesztője. A PPKE Társadalomtudományi Doktori Iskolájának törzstagja. Kutatási területe: médiaelméletek, média és vallás kapcsolata, mesterséges intelligencia társadalmi hatásai. E-mail: andok.monika@btk.ppke.hu

BERGER VIKTOR szociológus, habilitált egyetemi docens, PTE Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar Szociológia Tanszék. Kutatási területek: online társadalmi jelenségek, mediatizáció, fenomenológia, szociológiaelméletek, szociológiai térelméletek. E-mail: berger.viktor@pte.hu, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1263-6722>

DÁNIEL BOTOND, PhD, szociológus, egyetemi adjunktus a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Szociológia és Szociális Munka Karán, ahol elsősorban szervezetszociológia és humánerőforrás-menedzsment tárgyakat oktat. A Műhely Egyesület Reziliencia 21 Intézetének igazgatója. Kutatási és érdeklődési területei: a humán erőforrás szakma vizsgálata, humán erőforrás szakemberek szakmai karrierje, szervezeti felelősség és fenntarthatóság, zöld iroda modell, nonprofit szervezetek és civil társadalom, közösségfejlesztés, fiatalok társadalmi részvétele, önkéntesség, szervátültetettek életminősége. E-mail: botond.daniel@ubbcluj.ro

ELEKES ISTVÁN korábbi tanulmányait a kolozsvári Műszaki Egyetemen, valamint a Babeş–Bolyai Tudományegyetemen végezte; mesteri oklevelét a Szociológia és Szociális Munka Kar humánerőforrás-menedzsment szakán szerezte meg. A Reziliencia 21 Intézet projektmenedzsereként dolgozik, emellett közösségfejlesztőként tevékenykedik a Gyergyói Községi Erőforrás-központban. Kutatási érdeklődése elsősorban a vállalkozói magatartás, a vezetéselemélet, a szervezeti kultúra és a keresztény értékeken alapuló vállalkozás témaköreire kapcsolódik. Rövid vállalkozói tapasztalatát követően négy éve aktív szereplője a civil szférának. E-mail: elekes.istvan@r21.ro

KONCZ ATTILA, PhD, teológus, egyháztörténész, kommunikációs szakember. Doktori fokozatot a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetemen szerzett. A Mathias Corvinus Collegium Kolozsvári Képzési Központjának kutatótanára. A *Görögkatolikus Szemle* és a *Görögkatolikus Szemlélet* című magyarországi lapok főszerkesztője. Fő kutatási területe a katolikus egyház kommunikációs tanítása és gyakorlata. E-mail: koncz.attila@mcc.hu

MAGYARI TIVADAR, PhD, Hungarológiai Doktori Iskola, szociológus, egyetemi docens a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem Szociológia és Szociális Munka Karán. Kutatási módszerek, statisztikai elemzés, alkalmazott szoftverek használatának, illetve médiatudomány oktatója. Elemzési területek: életmód, oktatás, média. E-mail: magyari.tivadar@gmail.com

NOGY ANGYALKA-IZOLDA végzettsége szerint szociológus, tanulmányait a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetemen végezte. E-mail: angyalnagy20@gmail.com

PÁSZTOR GYÖNGYI, PhD, egyetemi adjunktus, a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Magyar Szociológia és Szociális Munka Intézetének oktatója. Kutatási területe: városszociológia, városrendezésben alkalmazott szociológia, városi turizmus. E-mail: gyongyi.pasztor@ubbcluj.ro

RADETZKY ANDRÁS, PhD, egyetemi docens, Pázmány Péter Katolikus Egyetem; a *Magyar Katolikus Rádió* vezérigazgató-helyettese. 2006 és 2011 között a Magyar PR Szövetség (MPRSZ) elnökségének tagja. Utóbbi tisztségéhez kapcsolódóan alapítója lett 2009 és 2013 között az MPRSZ és a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem csíkszeredai oktatói által létrehozott PR Nyári Egyetemnek. 2007-ben az Európai Újságírók Szövetsége (EJA) az etikai bizottság tagjává, később a felügyelő bizottság tagjává, majd a szervezet alelnökévé választotta. 2012-től a Helyi Rádiók Országos Szövetségének (HEROE), tiszteletbeli elnöke, 2022-től az Európai Újságírók Szövetségének (EJ) alelnöke. E-mail: radetzky.andras@btk.ppke.hu

RAJKI ZOLTÁN, PhD, főiskolai tanár, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Bölcsészettudományi és Társadalomtudományi Kar Kultúrtörténeti PhD-program. Kutatási érdeklődési kör: szabadegyházak története és szociológiája, mesterséges intelligencia a felsőoktatásban és a médiában. E-mail: zoltan.rajki@btk.ppke.hu

SZILCZL DÓRA, PhD, magyar kommunikációkutató. A Pázmány Péter Katolikus Egyetem Kommunikációs és Média Intézetének adjunktusa. 2013-ban szerezte meg PhD-fokozatát. Korábbi kutatásai a kommunikáció részvételi elméletével foglalkoztak, jelenlegi kutatásai az interperszonális kommunikáció jelenségeit, különösen a párbeszédet és az emberi kapcsolatok kialakulását vizsgálják. A Magyar Kommunikációtudományi Társaság alapító tagja. 2010-ben Sebők Tamás-díjat kapott. E-mail: szilczl.dora@btk.ppke.hu

SÓLYOM ANDREA, PhD, szociológus, adjunktusként dolgozik a Sapientia EMTE Csíkszeredai Karának Társadalomtudományi tanszékén. Az utóbbi években a roma – nem roma együttélés jobbá tételét célzó kutatásokban, kezdeményezésekben vesz részt, illetve a medve társadalmi percepcióját vizsgálja. E-mail: solyomandrea@uni.sapientia.ro

TINCA RICHARD végzettsége szerint szociológus és teológus, tanulmányait a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetemen végezte. E-mail: tincarichard@gmail.com

TÖKE SUGÁRKA doktorandusz a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem Magyar Néprajz és Antropológiai Intézetének Hungarológiai Doktori Iskolájában. E-mail: t.sugarka@gmail.com