

2005. 3. szám

JEL- KÉP

KOMMUNIKÁCIÓ, KÖZVÉLEMÉNY, MÉDIA

A Magyar Médiaért Alapítvány
és az MTA–ELTE Kommunikációelméleti
Kutatócsoport folyóirata

Szerkesztőbizottság

ANGELUSZ RÓBERT
GÁLIK MIHÁLY
GYÖRGY PÉTER
HORÁNYI ÖZSÉB
TAMÁS PÁL
TERESTYÉNI TAMÁS *(főszerkesztő)*
WESSELY ANNA

Tanácsadó testület

ALMÁSI MIKLÓS
CSEH-SZOMBATHY LÁSZLÓ
CSEPELI GYÖRGY
GEORGE GERBNER
HANN ENDRE
SVENNIK HOYER
HUNYADY GYÖRGY
LEVENDEL ÁDÁM
PETŐFI S. JÁNOS
PLÉH CSABA
ROBERT STEVENSON
TARDOS RÓBERT
VASS LÁSZLÓ

A szerkesztőség címe:

JEL-KÉP

MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport

1064 Budapest, Izabella u. 46.

Tel.: 461-2696, 461-2600

Fax: 461-2690

e-mail: terestyeni@ppk.elte.hu

HU ISSN 0209–584X

TARTALOM

MÉDIA

- Ilonszki Gabriella — Jáger Krisztina — Makkai Péter: KAMPÁNY ELŐTT —
KAMPÁNY UTÁN. KÉPVISELŐK, NŐI KÉPVISELŐK ÉS A MÉDIA 3

ÚJ TECHNIKÁK, INTERNET

- Bayer Judit: TECHNOLÓGIAI SZABÁLYOZÁS A JOGI SZABÁLYOZÁS
HELYETT: A SZŰRŐPROGRAMOK 23
- Ifj. Csákvári József: LEHETŐSÉG, VÉLETLEN ÉS KÉPI RETORIKA
A SZÁMÍTÓGÉPES JÁTÉKOK NARRATÍV STRUKTÚRÁIBAN 35

KOMMUNIKÁCIÓS KULTÚRA

- Balázs Géza: MINDENNAPI SZEMIOTIKAI RENDSZEREK 59

MŰHELY

- Tölgyesi János: ÚJSÁGÁRUSOK, ÚJSÁGOSSTANDOK 73



Ilonszki Gabriella – Jáger Krisztina – Makkai Péter KAMPÁNY ELŐTT – KAMPÁNY UTÁN. KÉPVISELŐK, NŐI KÉPVISELŐK ÉS A MÉDIA

A magyarországi politikát gyakran vádolják azzal, hogy kampány jelleggel működik. Még az érdemi döntések vagy azok előkészítése sem nélkülözi a kampányszempon-
tokat, nem is szólva arról, hogy a politikusok szinte csak a választásra figyelnek. Az alábbi írás a 2004-es európai parlamenti (EP) választások néhány tapasztalatát kívánja bemutatni azzal a nem titkolt szándékkal, hogy az egyszeri esemény elemzése kapcsán általánosabb következtetéseket is megfogalmazzon a 2006-os esztendő előtt arról, hogy mi (volt) a média szerepe 2004-ben, elsősorban abban a tekintetben, hogy miként mutatta be a jelölteket és a női jelölteket.

Az olvasóban megfogalmazódhat a kérdés, hogy egyáltalán van-e jelentősége a képviselők megjelenítésének, és fontos-e az, hogy kik ülnek az EP-ben, és *másrészt* miért „érdekes” a női képviselő, hiszen ebből a szempontból Magyarország kifejezetten jól teljesített az első EP-választáson.¹ Lényegében két axiomatikus állítást fogadtunk el a kutatás kezdetén: az európai parlamenti képviselőknek (MEP) fontos és egyre növekvő szerepe van az európai politikában, és a nők médiamegjelenítése befolyásolja a politikában való alacsonyabb szintű részvételüket,² és így közvetve a politikai napirendet és a politizálási stílust is, tehát mindkét szempont alapján figyelmet érdemel a vázolt kutatási irány.

A következőkben azt vizsgáljuk tehát, hogy mi volt a média szerepe az első kampányban a képviselők megjelenítésében. Ezenkívül ez utóbbi gondolatkörben kiemelten foglalkozunk azzal, hogy az európai ajánlásokkal összhangban³ fontosabb szerepet kaptak-e a női jelöltek és a nőpolitikai kérdések a kampány során.

A hazai előzetes elemzések a konfrontatív és olykor eldurvult politikai helyzet alapján az országos választás rossz reprodukcióját prognosztizálták az EP-választásokra is (Hege-dűs, 2004), és a kampány idején folytatott, televíziós hírműsorokat érintő elemzés tanúsága szerint „a napi politikai aktualitásokra és a pártpolitikai rivalizálásra koncentrááló hírszolgálat” (Terestyéni, 2004, 67) messze állt mindattól, amit az állampolgárok elvártak volna az EP-választás időszakában.

Mit lát, mit közvetít, milyen preferenciák alapján működik a magyarországi sajtó, amikor politikáról ír? Az első EP-választás sok lehetőséget teremthetett volna a média számára, hogy betöltse feladatait: a pontos és korrekt tájékoztatás és a tényfeltárás mellett azt is, hogy összefüggéseket tár fel, rámutat a problémákra, ezáltal segítve azok felismerését és talán megoldását is. Azt kérdeztük magunktól a kutatás előtt, hogy miként fogja megjeleníteni a napisajtó a politikai és szakpolitikai, csoportminőségű és országos, nemzeti és nemzetek fölötti kérdéseknek azt a kavalkádját, ami (szerintünk) természetes módon újságírói

tollakra kívánczik egy ilyen kivételes alkalommal? Az EU immár teljes jogú tagjaként felmerülhettek arra vonatkozó kérdések, hogy milyen konkrét feladatai és milyen lehetőségei lesznek a magyar delegációnak az érdekvérvényesítésre. Kezdeményez-e a sajtó ennek megfelelően új témákat? Ha nem, igyekeznek-e legalább megtudni a pártok konkrét elképzeléseit, terveit az EP-beli szereplésükre vonatkozóan? Meg akarja-e tudni, hogyan készülnek feladatokra az egyes jelöltek, észreveszi-e, milyen megfontolások, illetve elvárásoknak való megfelelés áll a pártok jelöltállításának háttérében, például a női jelöltek nevezésének esetében? Ambiciózusnak tűnő kérdéseink mögött persze ott bujkált a kétely, hogy ki tud-e lépni akár a magyarországi politika, akár a sajtó az eddigi rossz körökből.

Vizsgálatunkhoz a Global Media Monitoring Project 2005 kérdőívét (lásd Függelék) adaptáltuk úgy, hogy elemzésünk összehasonlítható legyen más országok eredményeivel.⁴ Ezt a kérdőívet alkalmazva 2004. május 10-től június 18-áig minden számát átvizsgáltuk a Magyar Nemzet, Magyar Hírlap és Népszabadság című napilapoknak, a nyomtatott verzióban. Minden egyes olyan itemre kitöltöttük egy adatlapot, amely valamilyen módon az EP-választással foglalkozott. Az előre elkészített szempontrendszer alapján értékeltünk minden egyes cikket, írást, rajzot, képet, interjút stb., amely a választásról szólt (tehát nem csak a jelöltekről szóló cikkeket, amely utóbbi esetben nem sok tere lenne az elemzésnek). Összesen 412 itemről gyűjtöttük össze az adatokat. A Népszabadságban 149, a Magyar Nemzetben 133, a Magyar Hírlapban 130 választással kapcsolatos írás látott napvilágot.

A kitöltött adatlapokat SPSS fájlba kódoltuk, hogy több szempont alapján tudjuk elemezni őket. Az első kérdés csoport a formai elemeket tárta fel (a lap típusa, a cikk elhelyezkedése és mérete, az adott lapszám jellemzői stb.). A kérdések másik része a cikkek tartalmi elemeire koncentrált, illetve arra, hogy milyen módon és keretben, milyen újságírói műfajban foglalkozik a választásokkal. Külön kérdések érintették azt, hogy szerepelnek-e nők a cikkekben, illetve a nők milyen megvilágításban jelennek meg. Azt is megnéztük, hogy kik írtak a választásokról (nemi, szakmai, politikai stb. hovatartozás szerint). Érdekesképpén megvizsgáltuk a fényképeket a cikkek mellett, beleértve, hogy miként jeleníti meg a női és férfi politikusokat. Fontos volt még, hogy milyen forrásokat szólaltattak meg az egyes újságírók: politikusokat, szakértőket, egyszerű embereket. Itt is elemeztük, hogy nők milyen arányban jelennek meg.

A következőkben három nagy egységben foglaljuk össze tapasztalatainkat. Először az EP-választással kapcsolatos írások *formai* jellemzőit mutatjuk be, majd az EP-választáshoz kapcsolódó írásokat *tartalmi* szempontból vizsgáljuk meg, végül a *nők megjelenítésével* foglalkozunk. Az általános kép elemzésén kívül az egyes újságok között megmutatózó esetleges különbségek kapcsán arra a kérdésre is választ keresünk, hogy a politikailag polarizált média jelentett-e polarizációt a választások megjelenítése, illetve a nők bemutatása, szerepeltetése szempontjából.

A FORMA

A vizsgált újságokban jellemzően rövidebb cikkek jelentek meg az EP-választásokkal kapcsolatban, a megjelent írások 68,9%-a volt negyedoldalas vagy annál kisebb. A terjedelem önmagában jelezheti a tartalmat is: részletesebb elemzést a nagyon rövid írások többnyire nem tesznek lehetővé. Ugyanakkor inkább az oldalak felső részében

összpontosulnak az ezzel a témával foglalkozó cikkek, többségük az oldal felső felében jelent meg, ami mégis arra enged következtetni, hogy a sajtó fontos, kiemelt témaként kezelte az EP-választást.

A cikk elhelyezkedésén túl az írások műfaja is érdekes. Az esemény jelentőségére való tekintettel külön kategóriában jelöltük a vezércikket, vagyis azt a műfajt, amelyben a szerkesztők fontosnak tartott álláspontjukat világossá tehetik. Reméltük, hogy sok interjúval találkozunk majd, amelyben a legkülönbözőbb szereplők szólalnak meg, és azt is, hogy az érdeklődés alapján sok olvasói levéllel találkozunk. Az eredményekből láthatjuk viszont (lásd 1. táblázat), hogy az újságírói tudósítások teszik ki a megjelent írások majdnem háromnegyedét. Hozzátehetjük, hogy a tudósítások a választás lebonyolításával és pártpolitikai eseményekkel foglalkoztak elsősorban (amire utalni fog a tartalomról szóló 4. táblázat). Az egyéb műfajú írások jóval alacsonyabb arányban találhatóak meg az elemzett újságokban. A 10%-os arányt csak a vélemény kategória lépi túl, a többi műfaj aránya elhanyagolható.

1. táblázat
A cikkek műfaja

	Gyakoriság	Százalék
Tudósítás	304	73,8
Vezércikk	17	4,1
Vélemény	52	12,6
Közvélemény-kutatás	10	2,4
Interjú	16	3,9
Olvasói levél	11	2,7
Rajz	2	,5
Összesen	412	100,0

Árnyalja a képet, ha külön vizsgáljuk az egyes napilapokat. A „vélemény” a Magyar Nemzetnél éri el a legmagasabb, 22%-os arányt, a legalacsonyabbat pedig a Népszabadságnál, ahol az írásoknak csak 5%-a sorolható ebbe a kategóriába. Ezzel szemben a politikusokkal közölt interjúk aránya a Magyar Nemzetnél a legalacsonyabb, 1,5%, ami mindössze két ilyen műfajú cikket jelent, míg a legtöbb interjú a Magyar Hírlapban jelent meg, 8%-át tette ki a megjelent cikkeknek. A Magyar Hírlap egy rövid sorozatban, interjú formában bemutatott néhány fiatal jelöltet, akik közül azonban csak egynek volt egyáltalán esélye az EP-be való bekerülésre (ez így is történt), egyébként szinte alig éltek a jelöltek bemutatásával a vizsgált sajtótermékek.

A cikkek döntő többségét a semlegesség jellemzi, amennyiben azonban érezhető a cikk írójának értékítélete, a kritikai hangvétel dominál. E tekintetben nem tapasztalható számottevő különbség az újságok között. Negatív hangvételűnek kódoltunk egy írást, ha valamilyen eseményről kritikai megjegyzésekkel tudósított, ha kételyt ébresztett egy esemény vagy egy személy hitelessége, integritása kapcsán, ha ironikusan mutatta be az eseményt vagy a szereplőt. A Népszabadságban 4% a pozitív és 23,5% a negatív intonálású cikkek aránya, a Magyar Nemzetben 2,3% a pozitív és 27,8% a negatív, míg a Magyar Hírlapban 9,2% a pozitív és 23,8% a negatív hangvételű cikkek aránya.

A vélemények közel 60%-a, az olvasói levelek több mint 70%-a kapott negatív hangvételű minősítést, de még a vezércikk műfajban is valamivel több, mint 40% ezek aránya (bár az utóbbi műfajban a semleges hangvétel dominál). A legnépesebb műfajt képviselő tudósítások körülbelül egyötödénél is a negatív hangvétel volt jellemző. Összességében a kíváncsiság, az újdonságnak szóló érdeklődés helyett a *negatív semlegesség* uralta a vizsgált lapok írásait. Az ironikus-kritikus hangnem iránya természetesen sokszor pártfüggő, vagyis másként szól az egyes pártokra vonatkoztatva. Ilyenkor nem kap pozitív megkülönböztetést a női jelölt sem, tehát nem kíméli őt sem a sajtó. Így volt ez, amikor ironikus, mondhatni groteszk tudósítás jelent meg a legnagyobb ellenzéki párt kampányeseményéről több jelöltet (köztük az etnikai kisebbséghez tartozó női jelöltet) is nevesítve a Magyar Hírlapban.

Az írások műfaja és a szerző neme között szoros összefüggést feltételeztünk. Vásárhelyi (1999) alapján tudjuk, hogy 31% az újságírók között a nők aránya, és a magyarországi médiában sem áll jobban a nők és a férfiak közötti esélyegyenlőség ügye, mint a társadalom egészében. A médiahierarchiában elfoglalt helyük hat a műfajválasztásra, és a témaválasztásra is.

A cikkek majdnem felénél (47%) nem derül fény a szerző kilétére, ami torzíthatja a nemek arányát. Az információhiány összefügg azzal, hogy – ahogy már említettük – az írások jelentős része rövid tudósítás (kishír jellegű). Azokban az esetekben azonban, amikor a nem megállapítható, közel háromszor annyi a férfi szerző, mint a nő. A szerző neme szempontjából beazonosítható cikkek esetében a Népszabadságnál 23, a Magyar Hírlapnál 38, a Magyar Nemzetnél 20% az EP-választásról írók között a női szerzők aránya.

2. táblázat

A szerző neme és a cikk műfaja

			A szerző neme			Összesen
			nő	férfi	nem említik	
A cikk műfaja	tudósítás	darabszám	45	89	169	303
		% a műfajban	14,9%	29,4%	55,8%	100,0%
		% a nemekben	77,6%	56,0%	87,1%	73,7%
vezércikk	darabszám	darabszám	0	6	11	17
		% a műfajban	,0%	35,3%	64,7%	100,0%
		% a nemekben	,0%	3,8%	5,7%	4,1%
vélemény	darabszám	darabszám	3	46	3	52
		% a műfajban	5,8%	88,5%	5,8%	100,0%
		% a nemekben	5,2%	28,9%	1,5%	12,7%
közvélemény-kutatás	darabszám	darabszám	1	0	9	10
		% a műfajban	10,0%	,0%	90,0%	100,0%
		% a nemekben	1,7%	,0%	4,6%	2,4%
interjú	darabszám	darabszám	6	10	0	16
		% a műfajban	37,5%	62,5%	,0%	100,0%
		% a nemekben	10,3%	6,3%	,0%	3,9%

			A szerző neme			Összesen
			nő	férfi	nem említi	
	olvasói levél	darabszám	3	7	1	11
		% a műfajban	27,3%	63,6%	9,1%	100,0%
		% a nemekben	5,2%	4,4%	,5%	2,7%
	rajz	darabszám	0	1	1	2
		% a műfajban	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		% a nemekben	,0%	,6%	,5%	,5%
összesen	darabszám	58	159	194	411	
		% a műfajban	14,1%	38,7%	47,2%	100,0%
		% nemekben	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Láthatjuk, hogy szoros összefüggés van a cikk műfaja és a szerző neme között: női szerzők vagy meg sem jelennek, vagy súlyosan alulreprezentáltak a vezércikk és a vélemény műfajban. A nagyon kis számú (összesen 16, illetve 11 itemet tartalmazó) interjú és olvasói levél szerzői között viszont felülreprezentáltak, illetve számarányuknak megfelelő mértékben szerepelnek a női szerzők.

A cikkek mellett az esetek 43%-ában volt illusztrációként fénykép, jelentős újságok közötti különbségekkel. A cikkek mellett a Magyar Hírlapban jelent meg a legnagyobb, 59%-os arányban fénykép, ezt követi a Népszabadság 37%-kal, majd a Magyar Nemzet 4%-kal. Más szempontból fogalmazva: az összes fényképes írás kétötöde jelent meg a Magyar Hírlapnál és egyharmada, illetve egynegyede a Magyar Nemzetnél. Már az eddigi különbségek is sejtetik, hogy a három újság eltérő szerkesztési elveket és újságírói hagyományokat követett az EP-választásokról szóló tudósításaiban.

A képek gyakorisága azzal is összefügghet, hogy a Magyar Hírlap cikkei általában nagyobb terjedelműek, mint a Magyar Nemzet és a Népszabadság írásai. A személyek képi megjelenítése a Magyar Hírlapban a legsokrétűbb: az interjúk mellett itt találunk arcképet, a közírók is általában arcukat adják írásukhoz, de itt is a politikai eseményeken szereplő politikusok megörökítése van túlsúlyban. A Magyar Hírlap fényképei közül a jelöltekre vonatkozóan két nagy színes kép jelent meg: az egyik a MIÉP listavezető féloldalas családi képe – az Alkotmánybíróságnak a gyűlöletbeszédre vonatkozó elutasító álláspontja apropóján –, a másik pedig a Fidesz listavezető korábbi olimpiai eseményekkel is gazdagított képe.

A Népszabadságban és a Magyar Nemzetben látható fényképek döntően magyar képviselőjelölteket és egyéb politikai szereplőket ábrázolnak. Itt is elsősorban politikai eseményeken készült fotók jelentek meg, az arcképek jóval kisebb súlyt képviselnek. Különösebben figyelemfelkeltő képpel nem találkozhattunk az elemzett cikkekhez kapcsolódóan.

Összesen 177 fényképet megpróbáltuk pontosabb tartalmi szempontok alapján is bemutatni. A legnagyobb arányban (a besorolásra nem került egyéb kategória után) férfi politikusok szerepelnek a képeken politikai eseményeken egyedül vagy többedmagukkal. A képek kétötödében kizárólag vagy döntően férfiak jelennek meg. Jóval ritkábbak azok a képek, melyeken kizárólag vagy többségében nők szerepelnek, a képek mindössze 6%-án. Az „egyéb” kategória magas számát az magyarázza, hogy nagyon sok besorolhatatlan – és hozzátehetjük –, semmitmondó fénykép „illusztrálta” a cikkeket (papírkosár, a Választási Iroda belső tere, jellegtelen utcakép), így csak azokat a fotókat osztályoztuk, amelyeken egyértelműen politi-

kai esemény zajlik vagy valamilyen politikai szereplő jelenik meg. Említésre méltó, hogy a követségekre (feltételezetten) kiutazó választási pártellenőrök nevének kisorsolásáról a Magyar Hírlap három különböző lapszámban közölte le szinte ugyanazt a fotót – kissé más méretben és más vágással. A külön portré kategória bevezetését az indokolta, hogy olykor a cikkek mellett megjelenik a hozzászóló szakértő vagy közíró képe. Ezt a kategóriát az összevontnál a következő táblázatban a vegyes csoportban szerepeltetjük.

A Magyar Hírlapban az MSZP kampánynyitóján a vidám pártelnök és miniszterelnök mellett megjelenik az utóbbi felesége, fiatalok és gyermek is van a képen, már a választás után található képet a legnagyobb ellenzéki párt elnökéről felesége és az újszülött családtag társaságában, de a hagyományoknak megfelelően a családi fényképezés ritka, viszont annál dominánsabb a merev, kizárólag vagy többnyire férfi politikusokat ábrázoló kép. Asztalnál ülnek, éppen kezet fognak, (látszólag) komolyan beszélnek egymással stb.

Az egyetlen női politikust ábrázoló társadalmi esemény a Magyar Hírlapban egy bálon táncoló (sikeres) MSZP-jelölt, aki nem mellesleg a kampányban tapasztalható ellenségeskedések legyőzésére hirdette meg a rendezvényt. A cikk tónusa egyébként ironikus volt. Az egyetlen női politikus a családjával a Magyar Nemzetben jelenik meg furcsa összefüggésben, ugyanis az írás a kampány eldurvulásáért a szocialistákat felelőssé téve több választási plakát között egy szocialista politikusnőt és családját (édesanyját és gyermekeit) ábrázoló plakátot is bemutat (ez kapcsolódott a szocialisták „Nő az esély” szlogenjéhez), de nem derül ki, hogy ez mi módon lehetne durvaság.

3. táblázat

Ki van a fényképen – az újságok bontásában

			Fénykép				Összesen
			csak férfi	csa nő	férfi és nő	egyéb	
Újságcím	Népszabadság	darabszám	16	2	14	20	52
		% az újságban	30,8%	3,8%	26,9%	38,5%	100,0%
		% a fényképben	35,6%	28,6%	26,4%	29,0%	29,9%
	Magyar Hírlap	darabszám	14	4	19	40	77
		% az újságban	18,2%	5,2%	24,7%	51,9%	100,0%
		% a fényképben	31,1%	57,1%	35,8%	58,0%	44,3%
	Magyar Nemzet	darabszám	15	1	20	9	45
		% az újságban	33,3%	2,2%	44,4%	20,0%	100,0%
		% a fényképben	33,3%	14,3%	37,7%	13,0%	25,9%
Összesen	darabszám	45	7	53	69	174	
		% az újságban	25,9%	4,0%	30,5%	39,7%	100,0%
		% a fényképben	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cramer's V ,458 Sig. ,000

3. táblázatban összevontuk az egyes újságokra bontva a képi megjelenítést aszerint, hogy a képeken milyen nemi megoszlás érvényesül – hozzáátéve pluszkategóriaként az egyéb képek csoportját. Látható, hogy összesen a képek egynegyedén csak férfi, 4%-án

csak nő szerepel, 30%-án pedig vegyes csoport. Az újságok között ismét vannak eltérések, a Magyar Hírlapban a leggyakoribb a „csak nő” megjelenítés, míg a Magyar Nemzetben a „csak férfi” megjelenítés. Az „egyéb” témájú képek magas aránya a Magyar Hírlapban magyarázza, hogy miért tűnik mégis kiegyenlítettebbnek e tekintetben az újságok teljesítménye, bár ezt leszámítva is figyelemre méltó, hogy a Népszabadság 8-szor, a Magyar Nemzet 15-ször annyi képet közöl csak férfiokról, mint csak nőkről (16/2, illetve 15/1), míg ez az arány a Magyar Hírlapnál „csak” 3 és félszeres (14/4).

Összességében tehát az EP-választásokkal foglalkozó írások formai jellemzőiről azt mondhatjuk, hogy számuk nem csekély, műfajuk homogén, hangnemük döntően semleges, és képanyaguk nagy valószínűséggel nem hozta lázba az olvasókat. Már ebben az elemzési szakaszban feltűnő, hogy milyen kevés figyelem fordul a jelöltek felé. Egyértelmű a nők kisebb arányú szerepeltetése – akár újságíróként, akár politikus szereplőként vagy az újságok képein keressük őket. Nézzük meg ez után, hogy milyen tartalmi megállapításokkal egészíthetjük ki az elemzést.

TARTALOM

A cikkek többsége első témaként magával a választási folyamattal foglalkozott (191 írás, azaz 46,4%), azzal például, hogy miként áll a nagykövetségekre kiküldendők ügye, hol tart a Választási Iroda munkája, mit hozott maga a választás, és ezt követték szintén nagy arányban a pártpolitikai nyilatkozatok és viták (149 írás, azaz 36,2%). Az összes további téma osztozott a megmaradt cikkeken.

A cikkek több mint négyötödében tehát az EP-választás menete és a pártpolitikai vita jelent meg központi témaként,⁵ a képviselőjelöltek bemutatása a cikkek csupán 5%-ában került középpontba, szintén csekély számban szerepelt az EU-tagság a maga lehetséges előnyeivel és hátrányaival, vagy a társadalompolitikai, esetleg nőpolitikai kérdések.

Az elemzett újságokban e tekintetben is kimutathatók eltérések. Szembeötlő, hogy a választás menetével a legkevésbé a Magyar Nemzet foglalkozik, az összes ilyen témájú cikknek csak ötöde jelenik meg itt. Viszont a pártok versengésének állása a Magyar Nemzetet foglalkoztatta a leginkább, a cikkek 16%-ában jelent meg, míg a másik két újságban csak 2–5%-ban. A Népszabadságban és a Magyar Hírlapban a cikkek 3–4%-a kritizálja elsősorban a pártokat, a Magyar Nemzetben ez az arány eléri a 13%-ot. Arányaiban a Népszabadságban van a legtöbb pártpolitikai nyilatkozat. A megjelent írások a kampány hangulatának megfelelően főként a pártok belpolitikai csatározásaival foglalkoztak. A kormányoldalról Kuncze Gáborral és Medgyessy Péterrel készült egyoldalas interjú, de ők nem indultak az EP-választáson.

A Magyar Hírlap sorozat jelleggel igyekezett valamilyen rendbe szervezni a választási tudósításait: megszólaltatták a parlamenti pártok pártelnökeit (ami olykor egybeesett a listavezető személyével), beszámoltak néhány (új és régi) EU-tagállam választási kampányáról és jelöltjeiről (ezekből olykor többet tudhattunk meg az ottani jelöltekről, mint az itthoniakról), és elindítottak egy „Ifjú jelöltek” sorozatot. A Magyar Hírlapban ezenkívül két olyan nagy terjedelmű írás jelent meg, ami üde színfoltként érdemben adott EU-ízt az egész kampányfolyamatnak: Berti Ahern ír kormányfőt kérdezték arról (is),

hogy a magyarok számára ő milyen esélyeket lát az EU-ban, a másik pedig egy szakpolitikai ígérgető cikk volt: az EU-tagállamokban érvényesülő nyugdíjellátási szabályok összefoglalásáról.

Az említett Magyar Hírlap-beli jelöltsorozat páratlan maradt – sem a Népszabadságban, sem a Magyar Nemzetben nem volt ilyen irányú törekvés a jelöltek bemutatására. A jelöltek közül figyelmet kapott a Népszabadságban a Fidesz plakátja a pro poszján Schmidt Pál – olimpiai melegítőjében. A MEP-jelöltek közül interjú csak a Fidesz és az MDF listavezetőjével jelent meg, az utóbbi esetben természetesen konkrét EP-relevancia nélkül, hiszen az MDF listavezető elnökasszony nem készült az EP-be. A témákat hat nagyobb csoportba osztályoztuk, ezek megjelenésének gyakoriságát mutatja a 4. táblázat.⁶ Az előzőeken kívül feltűnő, hogy alig találunk kifejezetten az EU-csatlakozással foglalkozó írást, és összesen 4 olyan itemünk van, amelyet gender témaként osztottuk. Ezeknek a tartalmi ismertetésére még visszatérünk.

4. táblázat

Főtémák – az újságok bontásában

		Népszabadság	Magyar Hírlap	Magyar Nemzet	Összesen
1. Választási folyamat	darabszám	60	93	38	191
	% főtémában	31,4%	48,7%	19,9%	100,0%
2. Párttémák	darabszám	75	16	58	149
	% főtémában	50,3%	10,7%	38,9%	100,0%
3. Személyek	darabszám	2	9	9	20
	% főtémában	10,0%	45,0%	45,0%	100,0%
4. EU-csatlakozás	darabszám	10	6	1	17
	% főtémában	58,8%	35,3%	5,9%	100,0%
5. Gender	darabszám	0	1	3	4
	% főtémában	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
6. Egyéb	darabszám	2	3	26	31
	% főtémában	6,5%	9,7%	83,9%	100,0%
Összesen	darabszám	149	128	135	412
	% főtémában	36,3%	31,2%	32,4%	100,0%

Cramer's V ,458 Sig. ,000

A kutatás központi kérdése volt, hogy foglalkoztak-e az újságok a képviselőjelöltekkel. Ez lehetett volna ugyanis a szokásos pártközpontú és pártvezető-központú megközelítéseken való túllépés egyik útja. Egy új nemzetközi közpolitikai közegbe kerülve ők lesznek (lettek) az első igazán képviseleti hírhozók arról, hogy miként működik az európai intézményrendszer képviseleti szelete, így kötöttségeik és terveik egyaránt érdeklődésre tarthatnak volna számot. Mindezek alapján az első választott magyarországi delegáció jellemzői iránti érdeklődés indokolt lett volna. Összesen alig egymarknyi írásnak az igazi alanya és tárgya maga a jelölt (5. táblázat).

5. táblázat
Képviselőjelöltek előfordulása

	Gyakoriság	Százalék
Nem jelenik meg képviselőjelölt	212	51,5
Női képviselőjelölt	36	8,7
Férfi képviselőjelölt	113	27,4
Női és férfi képviselőjelölt	51	12,4
Összesen	412	100,0

Az EP-választással kapcsolatos cikkek kevesebb mint felében (48,5%) jelenik meg képviselőjelölt. Jelentős a különbség a férfi és a női képviselőjelöltek felbukkanásának gyakorisága között, ugyanakkor ez a különbség nem csupán a jelöltek nemek szerinti megoszlását tükrözi, hiszen a vizsgált parlamenti pártok a pártlista első 24 helyén található összesen 96 jelöltje között 24 (25%) volt a nő, vagyis az újságok a jelöltek közötti számarányuknál kisebb arányban foglalkoztak a női jelöltekkel. A képviselőjelöltek említésének aránya újságonként változott: a Népszabadságban: 57%, a Magyar Hírlapban 36%, a Magyar Nemzetben 51% volt.

A jelöltek előfordulásának a táblázatban látható értékeihez rögtön hozzá kell tenni, hogy ez az arány nem tárja fel a teljes igazságot, mert a legtöbb esetben ugyanazok a jelöltek (és sokszor áljelölt pártvezetők) teszik ki az írások szereplőinek többségét. Ez is magyarázhatja, hogy a pártpolitikai ügyekkel a Magyar Hírlapnál gyakrabban foglalkozó Népszabadság miért „vezet” a jelöltek bemutatásában is: azért, mert a jelöltek egy része pártvezetői minőségében kap teret. A nőjelölt-említés nagy része Dávid Ibolya, aki pártvezető és áljelölt is egyben. A Magyar Hírlapban női jelöltként szóba került Gurmai Zita, Herczog Edit, Dobolyi Alexandra, Bernáth Ildikó, Béki Gabriella, Kósáné Kovács Magda és Járóka Livia. A Népszabadságban megemlített igazi női jelöltek névsora ennél is rövidebb: Lévai Katalin, Kósáné Kovács Magda, Járóka Livia és Mohácsi Viktória. A Magyar Nemzetben egyszer említik Béki Gabriellát. Mivel a megválasztott delegáció tagjainak több mint a harmada nő, egyértelmű, hogy a sajtó nem törekedett arra, hogy a jelölteket az esélyeknek megfelelően mutassa be – ha egyáltalán bemutatta. Különösen jellegzetes, hogy a Magyar Hírlap „fiatal jelöltek” sorozatából legrosszabbul az (egyetlen) női jelölt került ki. Bár életrajza és szakmai háttere meggyőző, olyan színben tűnik fel (amit ugyan feltehetően maga a jelölt is vállalt a megjelenés előtt), hogy ő igazából „beszélni és utazni” szeret, e köré csoportosul a cikk mondanivalója, az elmaradhatatlan családi kötelezettségekre, illetve a megengedő családi háttérre való hivatkozással.

A jelöltekről szóló írásokban szerepel jó néhány külföldi személyiség is. A Magyar Hírlapban például az egyes országokról szóló választási jelentések elég nagy figyelmet szentelnek a jelölteknek, de ebből nem jól kerülnek ki a női jelöltek, ahogy a cseh pomoszár Dolly Buster vagy a félmeztelen spanyol EP-jelölt fotója jelzi. A Szlovákiáról szóló EP-választási jelentés női jelöltekről szóló kommentárjai sztereotípiákkal terhesek: Benova: a „35 éves csinos politikus” a Smer élén, Bauer Edit „Duray embere”, az ANO „a 2. és 3. helyet kimondottan mutatós hölgyekkel töltötte ki” és hasonló megjegyzések sajátos perspektívában mutatják be a nőket.

A Népszabadságban külföldi női jelöltként csak egy észet topmodell kerül bemutatásra, akivel kapcsolatban a cikk írója kiemelte, hogy az EU-ról szóló ismeretei nyilvánvalóan

hagynak kívánnivalót maguk után. A Magyar Nemzet külföldi tudósításai során is előkerülnek női jelöltek, például egy brüsszeli tudósításban nyilatkozó EP-képviselők. A felsorolás jelzi ugyan, hogy a jelöltek között olykor érdekes, nem kifejezetten a politikához kötődő személyek is felbukkannak – de ez így van a férfi jelöltek esetében is, aminek a visszhangja viszont elmarad.

A jelöltek nemi összetételét tekintve az EP-választások meghaladják az országos választásoknál szokásos nőjelölt-állítási arányokat, bár a kép nem mentes ellentmondásoktól (6. táblázat).

6. táblázat

A női jelöltek aránya az országos és az EP-választásokon (%-ban)

Párt	1990	1994	1998	2002	2004 EP
MSZP	10,0	10,8	8,0	23,4	21
SZDSZ	11,9	12,0	14,1	18,7	45
Fidesz	12,3	7,9	9,1	8,5*	25
MDF	5,9	8,3	6,1		12

* közös jelöltállítás

Forrás: Sebestény, 1999, Ilonszki–Montgomery, 2002, 15.

Az országos választásokon a konzervatív pártokban a női jelöltek aránya stagnált, illetve a Fidesz esetében a politikai irányváltás egyúttal a női részvétel visszaszorulását is jelentette. Az SZDSZ esetében a dinamikus növekedés értékéből levon, hogy ez egyre szűkülő választói bázison történt, tehát a kispártosodás jelensége és következménye tükröződött benne. Ráadásul, mivel nem járt együtt a tényleges parlamenti női részvétel növekedésével, egyértelmű, hogy a párt a nagyszámú női jelöltet nem esélyes helyen indította. A szocialista adatok is ellentmondásosak: a stagnálást, sőt kisebb visszaesést 2002-ben nagy ugrás követi – nyilvánvalóan a kvótaelírások miatt. Azonban a magasabb jelöltarányok itt sem jártak együtt a magasabb parlamenti képviseleti arányokkal. Vagyis a nők jelentős (kiválasztási) akadályokkal találták magukat szemben az egyes pártokban.

Az EP-választások során a Fidesznél több volt a női jelölt. A Fidesz-lista első 24 helyén 6 nő található, ami 25%-os arányt jelent. Köztük van Járóka Lívia, aki a roma kisebbséget is képviseli. Rajta kívül szerepel a korábban fontos fővárosi önkormányzati és diplomáciai szolgálatban is tevékenykedő Barsiné Pataky Etelka és Gál Kinga kisebbségi kérdésekkel foglalkozó szakértelmiségi. Az EP Fidesz-delegációjába ugyanolyan arányban (12-ből 3 fő, vagyis 25%) kerültek be nők, mint ahogy a listán szerepeltek, vagyis a pártnak nem tartozott a preferenciái közé a nők magasabb arányú képviselése.

Az MSZP részéről a nők kiválasztása tudatosnak látszik. A női szavazók irányába való nyitás már korábbi választásokon is jellemző volt a pártra, bár a jelölési folyamatban kemény korlátokat állított a párt azzal, hogy a nőket sokkal kisebb arányban indította esélyes helyeken, mint a férfiakat (erről lásd Ilonszki – B. Kelemen, 2004). A szocialista EP-listán viszont a nők kizárólag az esélyes helyeken találhatóak. A végleges listán a 24 jelölt között 5 (20,8%) nő volt, mindannyian befutó helyen, ami világosan mutatja, hogy a pártnak eltökélt szándéka volt az EU-elvárásoknak való megfelelés. Végül a 9 európai parlamenti mandátumból 5-öt szereztek meg a nők.

A nők arányában megmutatkozó háromszoros különbség a két kisebb párt között világosan jelzi – ha nem is a tényleges esélyek, de a szimbolikus üzenet szempontjából – a két pártnak a női képviselőről alkotott eltérő felfogását. Az MDF-listán az első 24 jelölt között csak három nő van, közülük is az egyik Dávid Ibolya, aki mint pártelnök vezette a listát, és nem készült az EP-be. Figyelemre méltó, hogy a női elnök nem tekintette ezt szelekciós szempontnak, bárha csak szimbolikus tartalommal is, hiszen nem volt esély több mandátumszerzésre. Az SZDSZ összesen 11 női jelöltet állított, azonban nem esélyes helyeken. Később Demszky Gábor kényszerű lemondása után az SZDSZ-lista harmadik helyéről lett MEP-pé a roma származású Mohácsi Viktória.

Már az eddigiekből is kitűnt, hogy a nők nemcsak a jelöltek között voltak kisebbségben, a jelöltek egynegyedét alkotva – ami egyébként, ahogy láttuk, a hazai választásokkal összehasonlítva kedvezőbb arány –, de a sajtóelemzés formai és tartalmi részei is bizonyították, hogy a nők minden szempontból kevesebb figyelmet kaptak és kevesebbet szerepeltek, és ennek során olykor találoztunk sztereotípiákkal is. A következőkben a cikkek a direkt „női” összefüggéseire összpontosítunk.

NŐI TÉMÁK?

Az, hogy egy hírben mi fontos, vagy mi válik fontossá, nagyrészt a beállítástól függ. Az, hogy a média milyen konceptuális keretben mutatja be az egyes témákat, egy megismerési, kiválasztási, döntési és interpretációs folyamat eredménye (Norris, 1997). Ugyanazt az egyszerű hírt lehet nem semleges, de nem érzékeny módon is tálni, sőt, a nem érzékeny bemutatás is lehet semleges, de hemzseghet sztereotípiáktól is. Ahogy az előbbiekből láttuk, a női jelöltek bemutatásába „belefért” a külsínre való utalás vagy az arra vonatkozó kedveskedőnek szánt lekezelő megjegyzés. A médiának tehát különleges szerepe van, nem egyszerűen közvetítő közeg, hanem a diskurzus (jelen esetben a nők politikai szerepéről szóló diskurzus) kezdeményezője és alakítója lehet (Angelusz, 1996).

Magyarországon nincs hagyománya a nem semleges fogalomalkotásnak, a közbeszéd elfogadja a nemi sztereotípiákat, sőt a sajtó nagy része nem kevésbé. Ugyanakkor alig vannak olyan irányú kutatási tapasztalatok, amelyek a média szerepét a közbeszéd alakításában – ebben témakörben – megvizsgálták volna. Amit tudunk, inkább a negatív tapasztalatokat erősíti, azt, hogy még a színvonalas sajtó is előítéletesen és sztereotípiákkal terhesen mutatja be a női politikusokat (lásd Tóth, 2002). Más vizsgálatok szerint ez tükrözi a média belső állapotát is, amennyiben szerkesztőségi nyomás tapasztalható a feminista irányú írások megjelentetése ellen, a téma iránti feltételezett társadalmi érdektelenség és a pozitív visszajelzések hiánya mintegy magyarázatként jelenik meg erre vonatkozóan (Margit, 2002). A közbeszéd, a médiában uralkodó megjelenítés és a politika témái mintegy negatív spirálban, egymást „erősítve” alkotják azt a hátteret, amelyben mi is igyekeztünk feltérképezni a kampány nőpolitikai környezetét.

A jelöltek, beleértve a női jelölteket is, médiabemutatására vonatkozó kutatások elsősorban ott születtek, ahol az egyéni jelölteknek nagyobb a szerepe (Iyengar et als., 1997). Természetes, hogy az EP-választások listás választási közegében, ahol a pártok viszik a prímet, más a súlya az egyéni jelölteknek, mint ott, ahol ugyan pártokkal a háttérben, de az egyéni kampány fontosabb (pl. az Egyesült Államokban). Paradox módon az EP-ben mégis

fontos az egyéni képviselő, mert általában nagyobb az önállósága, mint a pártok szigorú figyelmé és fegyelmé alatt tevékenykedő nemzeti parlamenti képviselőknek. Az Európai Bizottság 2000 júniusában fogadott el először átfogó programot a nemek közti egyenlőségről 2001–2005-re vonatkoztatva (*Framework Strategy on Gender Equality*). Ez a gazdaságban, a társadalomban és a civil szférában kívánatos (és már korábban megfogalmazott) (Borsody, 2003) egyenlőség mellett a döntéshozatalban megvalósuló egyenlőséget és a nemi sztereotípiák megszüntetését is célul tűzte ki – vagyis kifejezetten a „köz” területeire, a politikára és a nyilvánosságra és a médiára vonatkoztatta az egyenlőség követelményét. Sikerült-e a vizsgált napilapoknak ennek az elvárásnak megfelelni?

A választás nemzetközi relevanciája, a pártok által bizonyos mértékig érvényesített nagyobb nőjelölt-arány és az esemény újdonsága indokoltá tette a kérdést, hogy a média képes lesz-e túllépni az egy-egy személyre – pártvezetőre – kihegyezett pártpolitikai kampányon.

Először általánosságban azt néztük meg, hogy a cikkekben egyáltalán szerepelnek-e nők? A cikkek túlnyomó többségében (297 item, 72%) egyáltalán nem jelennek meg nők, és azokban az írásokban, amelyekben nők is szerepelnek, szinte kizárólag egyénként és nem társadalmi csoportként kerülnek említésre. A társadalmi csoportként való megjelenítés kategóriája azt feltételezte, hogy esetleg egyes írások a nőkkel, mint csoporttal és ebből következően a nőkre mint csoportra vonatkozó kérdésekkel foglalkoznak.

Milyen minőségükben szerepelnek tehát? Azt már láttuk, hogy jelöltként sokkal kisebb arányban szólították meg őket, mint a férfiakat, hasonlóképpen a cikkek szerzői között is kisebbségben vannak, különösen azokban a műfajokban, ahol a vélemény dominál. Bár nagyon kis számban szólaltak meg „saját jogukon”, megvizsgáltuk, hogy egyáltalán hírforrásnak tekintik a nőket, idézik-e őket?

Nőket mindössze a cikkek 17%-ában idéztek (Népszabadság: 25%, Magyar Hírlap: 11,5%, Magyar Nemzet: 22,5%), de általában mint pártvezetők vagy egyéb tisztséget betöltő személyek jelennek meg. Például a Választási Iroda elnöke, Rytko Emilia alaposan gyarapítja ezt a számat. Kétségtelenül ő a legtöbbet idézett hölgy. Szakértő minőségében felbukkan még nő a Magyar Hírlapban: egy hirdetésszakértő hölgy és egy szociológushölgy szólal meg, akik a kampány unalmasságát és fantáziátlanságát emelik ki (utóbbi több férfi szakértővel együtt).

Annak tükrében, hogy milyen mostohán bánt az elemzett napisajtó a nők megjelenítésével különösen fontos volt az a kérdés, hogy amikor az elemzett írásban egy nő áll előtérben, az milyen kontextusban történik. Milyen esemény kapcsán, milyen hangvételtben, milyen interpretációban? Tehát kikerestük azokat az írásokat, ahol nők álltak előtérben. Nem találtunk sokat, mindössze 13-at. Ezek azok a cikkek, ahol a főszereplő egy hölgy, akár azért mert ő csinált vagy mondott valamit, akár azért, mert valamely cselekedetét vagy ténykedését kommentálják.

7. táblázat
Nők előtérben

	Gyakoriság	Százalék
A nők nem központi szereplők	395	95,8
A nők központi szereplők	13	3,2
A gender téma központi szerepet kap	4	1,0
Összesen	412	100,0

A cikkek elenyésző arányában kap központi helyet valamilyen minőségében a női szereplő és még kevésbé valamilyen „igazi” gender téma. A 13 esetből 5 a Népszabadság, és 8 a Magyar Nemzet hasábjain található, a Magyar Hírlap esetében nem kódoltunk ilyen cikket.

A gender témák közül a Magyar Hírlapban megjelent egyetlen cikkben különböző pártokhoz tartozó parlamenti képviselők beszélgettek egy nyilvános rendezvényen a kvótáról, arról, hogy miként lehetne növelni a nők részvételét a politikában. A viszonylag rövid írás korrekt tájékoztatás, szerzője nő volt, és ugyanazon az oldalon egy másik női írással is kiegészült a lapszám, a nők olvasási szokásait érintette.

A Magyar Nemzetben az egyik cikkben a „normális ország” kampányszlogen kapcsán a szerző Dávid Ibolyát pártelnöki, stratégia szerepében bírálja, és kétségbe vonja a nők politikai képességeit. Egy másik cikk a pornográfiairól szól, illetve arról, hogy szabad-e ilyen módon pártot reklámozni. Az SZDSZ egyik internetes kampányáról van szó, amelyben egy fiatal lány azzal a mondattal hirdeti az SZDSZ-t, hogy „Srácok, ha az SZDSZ-re szavaztok, levetközöm”. Bár az esetről a szerző messzemenő következtetéseket vont le a párt keresztényietlenségéről, Horn Gábor szerint a kampányt nem az SZDSZ fizette. Végül az egyneműek házasságát említhetjük, mint – bár nem kifejezetten női, de mégis gender-érzékeny témát – szintén a rivális párt, nevezetesen az SZDSZ értékrendje kapcsán és az ellen irányulva.

A nők központi szereplőként a Népszabadság öt cikkében jelennek meg. Az öt cikk közül három Dávid Ibolyával foglalkozik, és más helyekről, más személyektől átvett véleményeket és sztereotípiákat tartalmaz, amelyek legalábbis meglepőek egy politikusról szólva (pl. hogy a pártelnökasszony elsríhatja magát az esetleges vereség miatt), valamint a pártviszály okozója szerepében mutatják be. Az „ellenlábás” Fidesz női elnöki koordinátorától megbékítő és apolitikus-nőies szavakat idéznek, ami a maga módján szintén a sztereotípiákat erősíti („egyetlen választás sem lehet annyira fontos, hogy azonos gyökerű pártok barátságát tegyék kockára miatta”). Az egyik cikkben szereplő szocialista politikusszöveget viszont ellenkezőleg kemény kritika éri a Vatikánt bíráló megjegyzései miatt. A fenti cikkek összegzéséből az derül ki, hogy az előtérbe került nők inkább negatív megítélést kapnak a Népszabadság hasábjain – akár azért, mert (feltételezhetően) túl nőiesek, akár azért, mert túl kemények. Az írások nem mentesek a sztereotípiáktól.

A Magyar Nemzet idevonatkozó cikkeinek mindegyike valamilyen módon az MDF elnökasszonyát érinti, vagyis ő áll női szereplőként a fókuszban. A cikkek kritikus hangvételűek, a használt hasonlatok nem engedik elfelejteni, hogy egy női politikus értékeléséről szólnak (pl. melyik párt jegyese az MDF, és mi a hozomány?)

8. táblázat

A nők megítélése

	Gyakoriság	Százalék
Nem szerepel nő	297	72,1
Semleges	81	19,7
Pozitív	3	,7
Negatív	31	7,5
Összesen	412	100,0

A felmerült esetekben a nők inkább értékítélet-mentesen szerepelnek, ahogy ez az egyéb szereplőkkel, témákkal kapcsolatban is tapasztalható. A pozitív vagy negatív hangvétel csekély száma miatt nem feltétlenül alakítható ki általános kép a nők megítélésével kapcsolatban, azonban a felmerült esetekben erősen dominál a negatív hangvétel, tízszer annyi negatív hangvételű cikk jelent meg, mint ahányban a nőket pozitívan ítélik meg. Mind a Népszabadságban, mind a Magyar Nemzetben több a negatív megítélésű cikk, mint a pozitív.

KÖVETKEZTETÉSEK

Hiába feltételeztük, hogy az első európai parlamenti választásoknak többről és másról is kell(ett) volna szólnia, mint a legutóbbi 2002-es választásnak, ha a politikai környezet, a napirenden lévő (napirendre tett és ott tartott) kérdések eleve megnehezítik vagy lehetetlenné teszik az érdemi kampány lefolytatását. Ugyan május 13-án egy úgynevezett etikai kódexet írtak alá a parlamenti pártok képviselői, hogy a kampány során ne egymás lejáratása legyen a cél, lassan, de biztosan megváltozott a helyzet. Ehhez részben hozzájárult az a körülmény, hogy az MSZP és az MDF esetében a párt vezetői lettek a listavezetők,⁷ ezzel mintegy alkalmat kínálva arra, hogy valóban pártpolitikai témák kerüljenek napirendre, hiszen őket kérdezték, az ő személyük volt előtérben, és ebből következően a párt belső vagy éppen partnereikhez fűződő viszonyairól kérdezték őket. Az MDF esetében különösen szembeszökő volt ez: a kampányt teljesen a nem is „igazi” jelölt elnökasszonyra építették, a sajtóban pedig az volt a fő kérdés, hogy éppen milyen a viszony a Fidesz és az elnökasszony fémjelezte MDF-vezetés között. Nem volt sokkal szerencsésebb az MSZP esete sem, a pártelnök (és a miniszterelnök) testesítette meg a pártot, és hozta felszínre ennek megfelelően a témákat: például hosszasan napirenden volt Medgyessy Péter és Baráth Etele fiainak lobb ügye. A politikailag szintén érzékeny posztion ülő SZDSZ-listavezető a kampány belpolitikai háborúskodássá válásához szintűgy adott muníciót. Bár a Fidesz-lista kevésbé volt átpolitizált, ebben az esetben is a pártelnök volt a szószóló és ő állt a közép-pontban.

Az elemzés után joggal mondhatjuk, hogy bár kirajzolódtak az újságok közötti eltérések (összességében szinte minden tekintetben szignifikáns különbségeket találtunk az egyes napilapok között), mégis egészében véve súlyos hiányérzetet hagyott maga után nem csupán a kampány, hanem annak médiamegjelenítése is.

A Magyar Nemzet kapcsán megállapíthatjuk, hogy a jelöltekről nem sikerült információt megtudni, két interjú kivételével (Schöpflin Györggyel és Schmidt Pállal). A többi jelöltről semmilyen összeállítás nem jelent meg, kizárólag belpolitikai jellegű nyilatkozatok forrásaiként találkoztunk velük. Dávid Ibolyát vagy Kovács Lászlót támadó cikkek előfordultak ugyan, de ezek a cikkek is főleg pártelnöki minőségükben támadták alanyukat. A Magyar Nemzetben teljességgel hiányzott bármilyen szakpolitikai elemzés, szintűgy, mint az EU-ról szóló megnyilvánulások. A parlamenten kívüli pártokról egyáltalán nem jelentek meg tudósítások. Az MDF, és kiemelten Dávid Ibolya, komoly kritikákat kapott a jobboldal megosztottsága miatt. A Fidesz részéről nyilatkozó politikusok általában nem voltak rajta a Fidesz listáján. Az utolsó héten jelentek meg a választás technikai oldaláról

cikkek, egyébként az Európai Parlament hatásköréről informáló cikkek teljes hiánya, a szakpolitikusok és EU-ügyek hiánya jellemezte az újságot.

A Népszabadságban elsősorban a választás folyamatáról és pártpolitikai kérdésekről szóltak az EP-választáshoz kapcsolódó cikkek. A pártok versengése mellett maguknak a jelölteknek a bemutatása jóval kisebb teret kapott az újság hasábjain, és még ennél is kisebb mértékben foglalkoztak a cikkek szakpolitikai kérdésekkel vagy az EU-csatlakozás következményeivel. Valójában maga a kampány nélkülözte ezeket a témákat. Ugyanakkor az újság nem töltött be felvilágosító, tájékoztató funkciót, alig lehetett az EU működésével, intézményeivel, a többi tagállam kampányával, képviselőivel kapcsolatos cikkeket találni. A külföldön történt események közül nagyobb figyelmet csak a holland „idő előtti” választási eredményhirdetésnek sikerült kivívnia. Összességében kevéssé volt érezhető, hogy egész Európában választásra készülnek, az esemény hatására nem került sor jelentősebb tekintésre az országból.

Az újságban a parlamenti erőviszonyokhoz hasonló arányban jelentek meg az egyes pártok, így a cikkek többsége az MSZP-ről és a Fideszről szólt. Az SZDSZ-ről és az MDF-ről ennek megfelelően lényegesen kevesebb cikk készült. Megfigyelhető, hogy a kormánypártok valamivel nagyobb teret kaptak az ellenzéknél. A parlamenten kívüli pártok és jelöltjeik néhány kivételtől eltekintve nem szerepeltek az újságban. A cikkek feltűnően nagy arányban a tényekre szorítókozó tudósítások voltak. A szerkesztőség tagjaitól vagy más személyektől (politikusok, politológusok, elemzők) származó vélemények, értékelések alig jelentek meg önálló cikk formájában. A vélemények, tárcák jelentős része a Fidesszel kapcsolatos kritikákat fogalmazott meg. A nőikkel kapcsolatos cikkekben gender-issue nem fordult elő. A nők (főleg Dávid Ibolya) mint politikusok, közéleti szereplők tűntek fel a férfiakéval azonos bánásmódban részesülve.

A Magyar Hírlap volt a leginkább jelöltközponált és a gender témákban is a legnyitottabb – bár az adott körülmények között ez nem komoly dicséret. Egyébként a Magyar Hírlapban írták legnagyobb arányban hölgyek az EP-kampányról szóló cikkeket. Bár az elemzés során megfogalmaztuk a Magyar Hírlapra vonatkozóan is a kritikai észrevételeinket, meg kell jegyezni, hogy a Magyar Hírlapban fordultak legnagyobb figyelemmel a női témák felé – ahogy már korábban más kutatók megállapították (Margit, 2002). A Magyar Hírlap volt a legszínesebb, ami a fotókat és a kampányra vonatkozó nemzetközi kitekintést illeti. Ez a napilap volt a legszemélyesebb, próbálta megjeleníteni és megszemélyesíteni a pártokat és eseményeket. A Népszabadság és a Magyar Nemzet összességében politikusabb volt, de ezen belül megmutatkoztak eltéréseik mind a hangvételt, mind a pártokhoz való értékelő viszonyt illetően.

Valamivel többet tudhattuk meg a jelöltekről és a nemzetközi EU-összefüggésekről a Magyar Hírlap nyomán, talán jobban beleláttunk az MDF konfliktusaiba a Magyar Nemzet olvastán, és jobb képet kaphattunk a pártharcokról a Népszabadság esetében.

Gyakorlatilag szinte a kampány elejétől világos volt azonban, hogy pozitív (bár halovány) reményeink az első EP-választási kampány nyújtotta gazdag lehetőségekről és azok kiaknázásáról nem teljesülnek. Egyrészt a pártok rutinszerűen folytatták le a kampányt, nem is törekedtek arra, hogy új eszközöket és megközelítéseket alkalmazzanak, másrészt a média, pontosabban a vizsgált napilapok nem tudtak, nem akartak túllépni a pártok által diktált napirenden.

A három elemzett napilap nem oszlatta el a sajtó minőségére vonatkozó kritikai előfeltevéseinket: súlyos hiányok mutatkoztak az európai ügyek bemutatásában, az esetleges po-

litikák és gyakorlati politikai eltérések bemutatásában, nem foglalkoztak a jelöltekkel és potenciális európai parlamenti viselkedési stratégiájukkal, vagyis a jelölő pártjuk várható EU-politikájával, hiányos volt az információ (a parlamenten kívüli pártokról nem tudhatunk meg semmit), de ugyanígy még a jelöltek névsorát sem ismerhettük meg. Sajtófigyelésünk tapasztalatai szerint az írott média még kevésbé (gyakorlatilag nem) foglalkozott a női jelöltekkel vagy nőket (is) érintő szakpolitikai témákkal, mint a férfi jelöltekkel vagy bármilyen szakpolitikákkal. Lényegében a pártok és a politikainapirend-gyártók szolgálólányaként unalmas fegyelmezettséggel töltötte be (feltételezett) hivatását és töltötte ki a hátsókat.

Az írott sajtó a polarizált politikai viszonyok között az országos politika szinten csak követte az eseményeket és a számára odavetett „kampánytémákat”. Ismét megerősítést nyert, hogy a média követi a domináns ideológiát, illetve a politikai vonalat (Angelusz, 1996). A politika uralma nyomán a média önállótlanra és kiszolgáltatottá válik (Havelková 1999). Úgy tűnik, az egész választási folyamat bemutatása, beleértve a jelöltek és a női jelöltek bemutatását, ettől szenvedett.

A magyar sajtó hangoztatott polarizációja nagyon halványan tükröződik a nők megjelenítése szempontjából: nem tapasztaltunk drámai különbségeket, bár a kis eltéréseket és pozitívumokat is értékelni kell, hiszen a diskurzus megváltoztatása szempontjából kulcskérdés, hogy egyáltalán egyes témák, jelen esetben a női politikusok és a női témák előkerüljenek. A média szerepe és felelőssége tehát óriási. A média sztereotípiáktól terhesen foglalkozott a női jelöltekkel, számarányuknál és a korábbi politikai és szakmai-politikai teljesítményük alapján elvárhatónál kisebb arányban írt róluk, és ebben gyakori volt a negatív hangvétel.

Végül is paradoxon, hogy a kampány és a média „rosszabb”, mint a választási eredmények. Nemcsak a nők szempontjából – hiszen a magyar delegáció női átlaga meghaladja az EP női átlagát, hanem azért is, mert jó néhány alaposan felkészült szakértő jutott ki az EU-ba. Vagyis a pártpolitikai és pártvezetői dominancia a kampány során levont az esemény értékéből, és a média nem adta hozzá a kampányhoz azokat az információkat és a potenciálisan meglévő érdekességeket, nem aknáztá ki a lehetőségeket, amelyek értékét növelhették volna. A megválasztottak „jobbak” (erőforrások a szakértelem és a legitimitáció-képviselő szempontjából), mint amire a magyar politikai állapotok predesztináltak, és ahogy a magyarországi média bemutatta őket.

Nem csupán a kampány, de a politika általános minősége (hogy ne mondjuk: a demokrácia minősége) és tartalma szempontjából is megfontolandó kérdés, hogy mi a hozadéka annak, ha csak egyetlen személyre (a pártvezetőre) építenek a pártok. Miközben a politika valóban egyre személyközpontúbbá válik – részben éppen a média „jóvoltából” – nem szabad elfeledkezni ennek a kockázatáról. A személyiség szerepe növekszik, de ez egyúttal növekvő gyengeséget takarja: hiszen a politikus egyre közvetlenebbül ki van téve a médiának és a közvéleménynek. Egyrészt „a vezetők erősebbek a győzelemben és gyengébbek a vereségben (kudarcban)” (Webb and Progutke, 2005, 355), másrészt elszegényíti a politikát az egyszemélyi-személyközpontú politika.

Csak ritkán fordul elő, hogy a sajtó minősíti a saját teljesítményét, illetve a napirenden lévő esemény megjelenítését. Két ilyen cikket találtunk: a Népszabadságban Balázs Péter a domináns kampánytémák helyett az EU költségvetését, kormányozhatóságát, az uniós szervek hatalommegoszlásának kérdéséről és az EU versenyképességét tekintette volna megvitátásra alkalmas kérdéseknek, a Magyar Hírlapban pedig keményen kritikus írás jelent

meg a kampányról, arról, hogy nincsenek igazi EU-témák és nincsenek igazi jelöltek, csak a régi pártvezetők. A cikket a lap egyik újságírója írta, ami joggal veti fel a kérdést, hogy milyen megfontolások alapján szerkesztődnek az újságok, miért nem születnek olyan írások, amelyeneket az újságírók elképzelnek maguknak? Elgondolkodtató és további kutatásokat igénylő kérdés, hogy a demokrácia viszonyai között mit jelent tehát a média függetlensége?

JEGYZETEK

¹ A magyarországi delegációban a női képviselők aránya 37,5%, (24-ből 9 fő), ami messze meghaladja a többi posztkommunista ország 22,8%-os átlagát és fölülte van a régi tagállamok 32,5%-os átlagának is.

² A gazdag szakirodalomból az állítások részletes bemutatására lásd Norris, 1999; Raunio, 2000; Schmitt and Thomassen, 1999; Sue, 1994; Norris, 1997; Havelková, 1999; Margit, 2002; Tóth, 2002; Vársárhelyi, 1999.

³ Az EU „környezeti hatását” ebből a szempontból lásd Ilonszki, 2005.

⁴ 2005-ben harmadszor került sor a média szerepének vizsgálatára a nők megjelenítése szempontjából az említett GMMP keretében 70 ország részvételével. Az előző, 2000-es vizsgálat eredményét lásd George Spears – Karia Seydegart – Margaret Gallagher: Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2000. A 2005. február 16-i médiafigyelés magyarországi tapasztalatairól 2005 májusában számoltak be a kutatók a Független Médiaközpont rendezvényén. A jelen cikk tárgyát képező vizsgálat 10 országra kiterjedő összehasonlító eredményei az ECPR (European Consortium for Political Research) 2005. szeptember 8–10. között Budapesten megrendezett konferenciáján kerültek bemutatásra.

⁵ Ez volt a már említett televíziós hírfolyóirat következtetése is, lásd Terestyéni, 2004.

⁶ [1 = a választási folyamat, 2 = párttémák, pártprogramok, pártok kritikája egymásról, pártverseny állása, közvélemény-kutatás, 3 = személyek a politikában (interjúk, politikusok bemutatása), 4 = EU-csatlakozás, 5 = gender témák, 6 = egyéb.]

⁷ Ez nem kivételes gyakorlat. Például a belgiumi pártok egy része és a Forza Italia is élt azzal az esz-közzel, hogy a pártvezető tekintélyét felhasználja a listaállításnál.

IRODALOM

- Angelusz Róbert (1996): *Optikai csalódások*. Budapest, Pesti Szalon Könyvkiadó.
- Borsody Gyöngyi (2003): Feminista gondolatok az új Európai Közösségről. *Esély*, 5, 3–14.
- Freedman, Jane (2002): Women in the European Parliament. *Parliamentary Affairs*, vol. 55 (1), 179–189.
- Havelková, Hana (1999): The Political Representation of Women in Mass Media Discourse in the Czech Republic, 1990–1998. *Czech Sociological Review*, vol. 7 (2), 145–166.
- Hegedűs István (2004): Magyar pártok – európai választások. Négy eshetőség, hat szempont – a 13 csillag árnyékában. *Politikatudományi Szemle*, 3, 165–176.
- Ilonszki Gabriella – Montgomery, Kathleen (2002): Több demokrácia – kevesebb képviselő? Választások, pártok, nők a magyarországi politikában. *Politikatudományi Szemle*, 3–4, 7–34.
- Ilonszki Gabriella – B. Kelemen Ida – Széles Zsuzsanna (2004): *Fordulóponton*. Budapest, Open Society Institute.
- Ilonszki Gabriella – B. Kelemen Ida (2004): Hard Times. A Re-examination of Female Politicians' Working Environment in Hungary, 2002–2004. In Ilonszki G. (ed.): *Women in Decision-making. CEE Experiences*. Budapest, Open Society Institute, 122–148.

Ilonszki Gabriella (2005): Nők a politikában: az Európai Unió és Magyarország. In Nagy Ildikó – Pongrácz Tiborné – Tóth István György (szerk.): *Szerepváltozások*, Budapest, TÁRKI, 57–73.

Iyengar, Shanto – Nicholas A. Valentino – Stephen Ansolabehere – Adam F. Simon (1997): Running as a Woman: Gender Sereotyping in Political Campaigns. In Norris, Pippa (ed.): *Women, Media and Politics*. New York, Oxford University Press, 77–98.

Margit Patrícia (2002): A nők reprezentációja. *Médiakutató*, ősz, 81–96.

Norris, Pippa (1997): Introduction. In uó (ed.): *Women, Media and Politics*. New York, Oxford University Press, 1–19.

Norris, Pippa (1999): Recruitment into the European Parliament. In Katz, Richard S. – Wessels, Bernhard (eds.): *The European Parliament, the National Parliaments and European Integration*. Oxford, Oxford University Press, 86–104.

Női Ismeretek Tára 1. füzet: *A Nők és a Média*. Budapest, 1999, Szociális és Családügyi Minisztérium Nőképviselési Titkárság.

Raunio, Tapio (2000): Losing Independence or Finally Gaining recognition? *Party Politics*, 2, 211–223.

Sebestény István (1999): Az 1998-as magyar parlamenti választások képviselőjelöltjeinek társadalmi jellemzői. In Kurtán S. – Sándor P. – Vass L. (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve*. Budapest, Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány.

Schmitt, Herman – Jacques Thomassen (1999): *Political representation and legitimacy in the European Union*. Oxford, Oxford University Press.

Spears, G. – Seydegart, K. – Gallager, M. (2000): *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2000*. London, World Association for Christian Communication.

Terestyéni Tamás (2004): Az Európai Unióval kapcsolatos közérdeklődés. *Jel-Kép*, 4, 53–70.

Tóth Herta (2002): *Nyuszik háborúja. A nők megjelenítése a 2002-es választási kampányban*. Előadás 2002 novemberében a Társadalmi Nemek kérdésével foglalkozó I. konferencián. Budapest, 2002, BKÁE.

Thomas, Sue (1994): *How women legislate*. New York, Oxford University Press.

Vásárhelyi Mária (1999): *Újságírók, sajtómunkások, napszámosok*. Budapest, Új Mandátum.

Webb, Paul – Poguntke, Thomas (2005): The Presidentialization of Contemporary Democratic Politics: Evidence, Causes and Consequences. In Poguntke and Webb (eds.): *The Presidentialization of Politics. A Comparative Study of Modern Democracies*. Oxford, Oxford University Press, 336–356.

FÜGGELÉK: A KUTATÁSHOZ HASZNÁLT ADATLAP

	Kategória	Kód
1.	Ország	
2.	Újságcím	
3.	Az újság formátuma	
4.	A megjelenés gyakorisága	
5.	Az újság politikai beállítottsága	
6a.	Az item oldalszáma	
6b.	Az újság összoldalszáma	
6c.	Dátum	
7.	Az item elhelyezkedése	
8.	Az item műfaja	
9a.	Főtéma	
9b.	Másodtéma	
9c.	Képviselőjelölt a sztoriban	
10.	A sztori hangvétele	
11.	Említett nők	
12.	Idézett nők	
13a.	Nők központi témaként	
13b.	Női témák	
13c.	Nők megítélése	
14.	Országfókusz	
15.	A szerző neve	
16.	A szerző neme	
17.	A szerző etnikai hovatartozása	
18.	A szerző státusa	
19a.	Fénykép megjelenése	
19b.	Fénykép tartalma	

20. A forrás neve	21. A forrás neme	22. A forrás etnikai hovatartozása	23. A forrás státusa	24. A forrás párt hovatartozása	25. A forrás családja

Kiegészítő információ – a sztori rövid ismertetése, ha a nők központi szerepet játszanak benne.

Bayer Judit

TECHNOLÓGIAI SZABÁLYOZÁS JOGI SZABÁLYOZÁS HELYETT: A SZŰRŐPROGRAMOK

A gyermekek számára károsnak tartott tartalmak távoltartására kifejlesztett technológiai lehetőségek ma számos variációban léteznek. A televízió számára dolgozták ki, és az Egyesült Államokban alkalmazzák az ún. V-chipet, amely az erőszakos műsorok kiszűrésére alkalmas. Az FCC határozata értelmében 2000 után minden 33 cm-t meghaladó képtámerőjű televíziót csak ezzel felszerelve lehet forgalmazni.¹ Európában azonban nem ezt az utat követik: a határok nélküli televíziózásról szóló 89/552/EEC európai irányelv 1997-es módosítása szerint kiskorúak testi, szellemi és erkölcsi fejlődésére ártalmas műsorszámok csak úgy sugározhatóak kódolatlanul bármely időszámban, ha akusztikus vagy vizuális jellel figyelmeztetik a nézőket a műsor jellegére. A rendelkezést Luxemburg kivételével minden európai uniós ország átültette a gyakorlatba, bár mindegyik különböző jelzéseket alkalmaz. Ez a jelzés azonban nem tekinthető technológiai megoldásnak, hiszen csak figyelmezteti a nézőt, de nem automatizálja az irányítást, ellentétben a V-chippel. Átmenetet képez az ún. elektronikus programvezérlő (EPG), amely a digitális televíziózás elektronikus tévéújságja. Minden szükséges információ megszerezhető belőle a műsorkínálatról, és szükség esetén a nem kívánt műsorok, vagy akár az egész készülék blokkolható.

Az internetes tartalom gyermekektől való elzárása terén a technológiai eszközök kavarják a legnagyobb port, de a valóságban az előzetes figyelmeztetés a legelterjedtebb. A felnőtteknek szóló oldalak legtöbbször ugyanis nem enged teljes hozzáférést saját tartalmához nyilatkozat, jelszó vagy hitelkártya hiányában. E szokás kialakulásában minden bizonnyal jelentős szerepe volt az amerikai kommunikációs illetmény által kiváltott jogi csatározásnak, függetlenül annak kimenetelétől. Mivel az érintett törvényhelyet a bíróság alkotmányellenesnek találta és megsemmisítette, jelenleg semmilyen szabály nem kötelezi erre a tartalomszolgáltatókat, ezért voltaképpen önszabályozásnak tekinthető.

Az interneten ilyen célra használt programok lényegében háromféle alapelven alapulnak: a valós idejű szűrés, a listázás vagy a PICS-szabvány elvén. Ezek közül a PICS-szabvány alkalmazása, amelyhez nagy reményeket fűztek, ugyanakkor amelyet komoly gyanakvással is kezeltek a véleményesszabadság-párti csoportok, nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket. Ez ugyanis csak akkor működik jól, ha a weboldalak kellő száma rendelkezik ún. metacímkevel, amely információt ad az oldal tartalmáról. Úgy tűnik azonban, hogy az így címkézett oldalak száma egyelőre nem érte el a kritikus tömeget, és a tendencia sem azt jelzi, hogy a közeljövőben ez bekövetkezne.

A szűrésnek az a módszere, amelyet én a tartalomszűrés általános jelentésétől megkülönböztetendő, *valós idejű szűrésnek* neveztem el, a böngészés közben értékeli a lehívott oldalakat, és nem enged hozzáférést azokhoz, amelyek a szűrőbe betáplált ismertetőjegyekkel rendelkeznek. Ezt a módszert aligha használják önálló szoftverként, csak a listás programok kiegészítéseként. A listázás technikáját szintén kettéválaszthatjuk két alapvető csoportra: a feketelisták és a fehérlisták alkalmazására. A feketelistás módszerrel a szűrő hozzáférhetetlenné teszi a feketelistán szereplő oldalakat, és minden másához hozzáférést enged. A fehérlistás módszer pedig éppen ellenkezőleg: csak a listán szereplő oldalakhoz enged hozzáférést, és minden másat blokkol. Napjainkban újra virágzásnak indult ez utóbbi módszer, amelyet „gyerekjátzóterek” és „gyerekböngésző” néven igyekeznek forgalmazni. A gyerekjátzóterek egy fallal körbezárt játzóterhez hasonlíthatók, ahol a gyermek csak a gyermekeknek szánt oldalakon szörfölhet, a „nem listázott” oldalakra nem juthat ki. A gyerekböngésző egy speciális böngészőprogram gyermekeknek, amely amellest, hogy szűrőt alkalmaz, komplex módon „lebutítja” a gépet. Betáplálható az időkorlát, amelyen belül a gyermek internetezhet, és mivel más programhoz nem enged hozzáférést, megakadályozza, hogy a gyermek hozzányúljon a szülők dolgaihoz a gépen.

A fehérlista alkalmazása nem mászt jelent, mint hogy a gyermek nem juthat ki a világhálóra. Ezért azt a zárt környezetet, amelyben mozoghat, legfeljebb egy intranethez hasonlíthatjuk. Ha az internetet úgy definiáljuk, mint korlátlan számú számítógép egymáshoz csatlakozását, amely korlátlan mennyiségű információt tesz elérhetővé, akkor a fehérlistás szűréssel „szörfölő” gyermeket nem tekinthetjük internetezőnek. Ez az internetet tulajdonképpen egy speciális játékprogrammá redukálja le. Ahhoz hasonlíthatnánk, amikor a tengerparton elkerítenek egy sekély vizű medencét a gyermekek részére, amelyben se hullámok, se halak... viszont biztonságos.

A feketelista tartalma üzleti titok, azaz a vásárló nem tudhatja meg, hogy milyen oldalakat blokkol. Ennek feloldása érdekében indított pert az ACLU 2002. július 25-én az *N2H2* cég ellen, követelve, hogy *Benjamin Edelman* kutató hozzáférhessen a lista tartalmához. A szűrőgyártó cégek által felajánlott szerződésben ugyanis az ügyfél kötelezi magát, hogy meg sem kísérel hozzáférni a lista tartalmához. Ezért az esetleges feltörés egyrészt szerződésszegést jelentene, másrészt még a kísérlete is az amerikai szerzői jogi törvény (*DMCA*) rendelkezéseibe ütközne, amely pedig büntetőjogi jogkövetkezményeket vonna maga után (akárcsak *Dmitry Sklyarov* esetében, lásd 3.5.1. fejezet). De a „szerzői jogot biztosító műszaki intézkedés kijátszását” a magyar büntető törvénykönyv 329/B. szakasza is büncselekménynek nyilvánítja, és két évig terjedő szabadságvesztéssel fenyegeti. A szakaszt az Európa Tanács által létrehozott Számítástechnikai Bűnözés Elleni Egyezmény (*Cybercrime Convention*) ratifikálása eredményeképpen iktatta be a jogalkotó.

A listázás módszerével készített szűrők önmagukban igen rugalmatlanok lennének: az internet tartalmának gyors változása nem kedvez ennek a technikának. Minden percben számos új oldal születik, amelyek nem szerepelnek a listán. Ugyanakkor a régi oldalaknak megváltozhat a tartalma, és amelyik szerepelt a listán, lehet, hogy indokolatlanná válik a blokkolása, amelyik viszont nem szerepelt, talán időszerűvé válna, hogy felvesyék. Hogy a szűrő milyen oldalakat blokkol, abba a felhasználónak – beleértve a végfelhasználót is – nincs beleszólása. Rá kell bízni magát a blokkolóprogramot gyártó cég alkalmazottaira: ők ítélik meg, mi az, ami ártalmas a gyermekeknek. Annak ellenére is így van, hogy az újabb programok már lehetővé teszik a vásárlónak, hogy hozzáadjon a listá-

hoz új oldalakat, vagy feloldja a blokkolást más oldalak esetében. Sőt, arra is biztatják az ügyfeleiket, hogy értesítsék őket azokról az oldalakról, amelyeket a program annak ellenére nem blokkol, hogy indokolt lenne – ezzel munkát takarítanak meg a cégnek. A listák tartalmát azonban nem tekintheti meg a vásárló, ezért lehet, hogy tudomást sem szerez arról, hogy mely oldalakat blokkolt indokolatlanul. A szűrőknek tájékoztatniuk kellene arról, hogy az oldal létezik, de nem férhető hozzá, mert a szűrő egy bizonyos szempontja szerint megtekintésre alkalmatlan.

A SZÜRÉS MÓDSZEREI

A listák összeállítására változatos módszereket fejlesztettek ki.² A szűrők első típusa kulcsszavak alapján különítette el az információkat. A bevezetőben röviden már esett szó arról, hogy a kulcsszavas keresés több szempontból is rendkívül tökéletlen megoldás. A nyelvek sokszínűsége eleve nehéz feladat elé állítja azt a szűrőgyártót, aki minden nyelven ki kívánja szűrni a gyanús kulcsszavakat. Másrészt a keresett szavak más szavak töredékeiként is kiválthatják a blokkolást, például a netlegenda szerint „Essex” városának weboldala hozzáférhetetlenné vált a „sex” szó miatt, de hogy magyar példát lássunk, a „karamell” szó is így járhat a „mell” szó miatt. De ha a szó eredeti értelmében fordul elő, akkor sem biztos, hogy káros tartalomra utal, hiszen szólhat az oldal a biztonságos szexről, a mellrákról vagy betegségekről. A kulcsszó-keresés képtelen a kontextus szerint különbséget tenni, és a képekkel sem tud mit kezdeni. Továbbfejlesztett változata nem blokkol automatikusan a szó minden előfordulására, hanem elemzi annak előfordulási gyakoriságát, az oldalon elfoglalt helyét, más hasonló szavakkal együtt történő szereplését.

PICS

A listás és kulcsszavas szűrésekhez képest a PICS-szabvány feltalálása forradalmasította a szűrést. A World Wide Web Consortium (W3C) fejlesztette ki az Internetes Tartalom meghatározó szabvány (*Platform for Internet Content Specification, PICS*) elnevezésű szoftvert. A program egy metacímét tűz a weboldalhoz, amely tetszés szerint tölthető meg az oldal jellegzetességeire utaló metatartalommal. Ezután egy egyszerű szűrő is képes szelektálni a különböző típusú oldalak között. A listákhoz képest azzal az előnnyel bír, hogy a szelektálás szempontjai differenciáltabban betáplálhatóak, mint a fekete- vagy fehérlisták esetében, amelyek csak egy igen/nem bináris kódja szerint működnek. A címkét az oldal magán hordozza, ezért bármely felhasználó megnézheti annak a tartalmát, és tetszés szerint elvégezheti a megkülönböztetést, anélkül hogy ezért fizetnie kellene. A szűrni kívánó személy tetszés szerint beállíthatja a szűrőt, amely ezért differenciáltan képes szelektálni, és a felhasználó igénye szerint rugalmasan alakítható. Ezzel azonban korántsem vált a tartalom-alapú megkülönböztetés megoldottá, éppen ellenkezőleg. A címkézéssel szemben számos aggály merült fel. Csak néhány ezek közül: ki és hogyan értékelje az oldal tartalmát? Ha az alkotó címkézi, hogyan teremthető meg az oldalak egységes osztályozása? Lehet-e és sza-

bad-e a címkézés tényét és milyenségét ellenőrizni – ha igen, mi kövesse a címkézés elmaradását vagy téves voltát? Ha viszont harmadik személy végzi az osztályozást, megint csak ott a kérdés: ki legyen az, és honnan szerzi a jogot? A legfőbb aggodalom azonban, hogy az internet tartalma osztályozottá válik, ezzel pedig szabadabbá válik az út a tartalomalapú szabályozás felé.

Az osztályozás módja

Hiába vált lehetővé a különböző típusú káros tartalmak egymástól, például az erőszaknak a pornográfiától való elkülönítése és fokozatok megkülönböztetése, az emberi értékítélet szubjektivitására nem sikerült végleges gyógyírt találni. Az első címkézőprogram, a *SafeSurf* etikai értékítéletek útján próbálta jellemezni a tartalmat. Kilenc kategóriát teremtett, és mindegyikben kilenc fokozatot állapított meg. A kilenc kategóriát kiegészíti egy ún. nulladik, amely a javasolt korosztály általános mércéje. A kategóriák: profanitás, heteroszexuális tartalom, homoszexuális tartalom, meztelenség, erőszak, a droghasználat pozitív beállítása, intolerancia, szerencsejáték, illetve „egyéb”. Például a heteroszexuális témák kategóriájában a négyes a „nem grafikus, művészi” fokozat, amelynek definíciója: „mérsékelt, metaforikus leírás, művészi stílusban”. A „meztelenség” kategória negyedik fokozata „klasszikus műalkotás, nyilvános múzeumban kiállítva, családi megtekintésre alkalmas”. A meztelenség harmadik, „technikai vonatkozás” fokozata pedig a „szótár, enciklopédia, hír, orvosi alkalmazás” körébe esik.³

A jelenleg legismertebb címkézőprogram a Nemzetközi Tartalom Osztályozó Egyesület (*International Content Rating Association, ICRA*) által kínált rendszer. Az ICRA egyéni felhasználók számára ingyenesen kínálja címkéző kérdőívét a honlapján. A tartalomszolgáltató a kérdőív kitöltése útján felcímkézheti saját honlapját, aminek következtében honlapján megjelenik egy ICRA-logó. Az ICRA ösztönzi a címkézésre a tartalomszolgáltatókat, azzal érvelve, hogy ez a gyermekek védelmének azon megoldása, amely a legkevésbé korlátozza a véleménynyilvánítási szabadságot. Az eredetileg videojátékok osztályozására szolgáló RSAC-rendszer internetre alkalmazott változatából, az RSACi-ből nőtt ki a jelenlegi osztályozási szisztéma.⁴ Az RSACi négy fokozatot különített el négy kategóriában, amelyek: szex, erőszak, trágárság és meztelenség. A kategóriák fokozatai például a „románc”-tól a „szenvédélyes csók”-on keresztül a „leplezetlen szexuális aktus vagy szexuális bűncselekmény”-ig terjednek. Az RSAC együttműködött a W3C-vel a PICS-standard kifejlesztésében, és szűrőszoftverje ma be van építve a Microsoft Explorer böngészőbe. A jelenlegi, magyar nyelvű Explorerben az erőszak fokozatai: 1. küzdelem: sebesült vagy halott teremtmények, valószerű objektumok károsodása, 2. öldöklés: emberek vagy teremtmények bántalmazása vagy meggyilkolása, ártalmatlan teremtmények bántalmazása, 3. véres öldöklés: megsebesített, meggyilkolt emberek, 4. öncélú, embertelen erőszak.⁵ Az RSACi azután 1999-ben beolvadt az ICRA-ba. Közös politikájuk az volt, hogy etikai értékítélet alkotása helyett objektív tények alapján osztályozzák a tartalmat. Például ahelyett, hogy megmondanák: alkalmas-e az oldal gyermekek számára, avagy megbotránkoztató-e, tényszerűen közlik, hogy ott bizony „több ember életének kioltása” látható, „mérsékelt mennyiségű vérrrel”, és így tovább. Az ICRA által kitöltésre kínált osztályozó kérdőív is tényekre irányuló kérdéseket tesz fel: „Látható-e vér a képen?” Ezután pedig lehetővé teszi a kontextusba való besorolást: ha a kifogásolt tartalom művészi, oktatási, orvosi kontextusban, illet-

ve – erőszak esetében – a sporttal összefüggésben szerepel, akkor, amennyiben kisgyerekek számára így alkalmas, mentesülhet a blokkolás alól. A címkézés helyes használatát Botticelli Vénusz születése című festményén demonstrálják: 1. a képen női mell látható, 2. felismerhető a művészi szándék, 3. számos kultúrában nem indokolatlan azt feltételezni, hogy a kép gyermekek részére alkalmas.⁶ Az ICRA ars poeticája, hogy értékítélet alkotása helyett az élelmiszercímkéhez hasonlóan csak azt közlik, mi található a termékben: mennyi zsír, szénhidrátot, fehérjét tartalmaz, és ennek ismeretében mindenki maga döntheti el, hogy mit fogyaszt.

A szűrőhasználatnak valóban egyik fő jellegzetessége, és bizonyos szempontból előnye, hogy a szűrőt használó állítja be a szűrés normáit. Saját ízlésének megfelelően kiszűrheti a szex legenyhébb kategóriáját is, míg az erőszakot átengedheti például annak harmadik fokozatáig, vagy éppen maximálisan, ha a művészeti szándék felismerhető. Éppenséggel dönthet úgy is, hogy teljesen kiszűri a szex- és az erőszak-ábrázolásokat, kivéve ha azok egészségügyi vagy nevelő célzatúak.

A PICS-szabvány alkalmazásának tehát legfőbb előnye, hogy a tartalomszolgáltató maga címkézi a saját oldalát. Így az a személy végzi az értékelést, aki leginkább ismeri az oldal tartalmát, és lehetősége van arra, hogy a változtatásokkal együtt a címkéket is módosítsa. Mivel az oldal tartalmáról nem kell értékítéletet alkotni, hanem csak egyszerű ténymegállapításokat tenni arról, hogy mit tartalmaz és mit nem, a szubjektív értékítélet problémája viszonylag elhanyagolható. Hátránya viszont, hogy csak akkor van értelme alkalmazásának, ha már kellő mennyiségű oldal rendelkezik címkével. A kritikus tömeg elérése előtt túlságosan alacsony a szűrő hatékonysága, akár átengedi a címkézetlen oldalakat, akár nem. A címkézés ténye nem kérhető számon a tartalomszolgáltatókon, hiszen nem illegális tartalomról van szó. A véleménynyilvánítási szabadságot féltő civil szervezetek óvnak attól, hogy fokozzák a tartalomszolgáltatókra nehezedő nyomást a címkézés érdekében, mert ha az internetes tartalom felcímkézése megszokottá válik, az rendkívüli mértékben megkönnyítené a kontrollal való visszaélést is. Az igazi problémát azonban azok a tartalomszolgáltatók jelentik, akik a véleménynyilvánítási szabadságukkal visszaélve agresszívan támadják a felhasználókat káros tartalommal. Az ezekkel szembeni védekezés tényleg pedig az önkéntes címkézés bizonyosan zsákutca.

Test-, arc- és tárgyfelismerés

A szűrőszoftvergyártók természetesen egyítve alkalmazzák az összes lehetséges válogató módszert abból a célból, hogy minél pontosabb listát készítsenek a gyermekek számára alkalmatlan oldalakról. Ehhez részben emberi munkaerőt is alkalmaznak, akik a gépekkel kirostált oldalak egy részét ellenőrzik, mielőtt felveszik a listára. Néhány program azonban a listán szereplő oldalak blokkolása mellett valós idejű szűrést is végez annak érdekében, hogy az esetlegesen kimaradt vagy újonnan keletkező káros oldalakhoz se engedjen hozzáférést. Ma már létezik testszínfelismerés, arcfelismerés, sőt tárgyfelismerő szűrő is. Természetesen ezek a rendszerek nem tökéletesen megbízhatóak. Az első verziók bármilyen testszínű felületet blokkoltak, ami egy virág, egy újszülött fotója, vagy akár egy asztalterítő is lehetett. Ezek kiküszöbölésére az *Image Composition Analysis* (ICA) technológia más módszerekkel is kombinálja a testszínfelismerést. A felület elemzésével és az árnyalatok vizsgálatával kizárhatják a nem embert ábrázoló testszínű képeket. A háromdimenziós

elemzőrendszer felismeri a gyanús pózokat, és állítólag az arckifejezéseket is. Bár az arc-felismerő rendszer az egyének azonosítása terén nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, de az emberi arc egyéb dolgoktól történő megkülönböztetésére esetleg még használható: ennek révén kiszűrhetik az ártalmatlan portrékat.

Társalgó (chatroom)

Az ICRA címkézőrendszerében maga a „társalgó” is az egyik kategória a szex, erőszak, trágárság és káros szenvedélyek mellett. Minden szülő rémálma, hogy gyermeke rosszindulatú idegenek karmai közé kerül. Az internetes „társalgó”, ahol álneven lehet ismerkedni és csevegni, és ahol a valósidejűség miatt általában teljesen ellenőrizetlen a társalgás, valóban alkalmas arra, hogy egyik ember a másikat megtévesztve találkozára csalja. Ma már az is általános, hogy rendőrök is bejelentkeznek a társalgóba – természetesen álneven. A kiképzés részeként a rendőrnnyomozók csapata tiniktől vesz leckét arról, hogy hogyan beszél és miket ismer egy ilyen korú gyermek. Az akciók, úgy tűnik, sikerrel járnak, és sikerül a pedofília gyanújába került személyeket lépre csalni. Csakhogy hátulütője is lehet az internetes bűnügyi akciónak: mivel nincs tényleges gyermek, nincs bűncselekmény sem. A magyar jog „alkalmatlan tárgyon elkövetett kísérletnek” nevezné az ilyet. Hacsak nem találnak korábbi bűncselekményre utaló jeleket a pedofiliával gyanúsítottnál, kétséges lehet a bűnösség megállapítása.⁷

Mindazonáltal, ahogy a hagyományos utcai vagy telefonos ismerkedés ellen is a gyermek nevelése a legjobb megelőzés, ugyanúgy érvényes ez a szabály online környezetben. A jól nevelt gyermek nem áll szóba idegenekkel, és szülei engedélye nélkül idegen gyerekekkel sem találkozik. Természetesen a társalgó annyiban valóban különbözik a természetes környezettől, hogy az idegen akár ismerősnek is kiadhatja, a felnőtt pedig gyermeknek tetheti magát. De erre a lehetőségre is fel lehet, és fel is kell a gyerekeket készíteni. Akik azzal érvelnek, hogy a nemtörődöm szülők gyermekei emiatt hátrányban vannak, és az ő védelmükben tennék kötelezővé a filterhasználatot, gépesíteni szeretnék a gyerekeket. Sajnos a hátrányos helyzet az internetes kommunikációban is hátrányos marad, de ezért nem az internetes környezet okolható, éppen ezért a megoldást sem ott kell keresni. Ehelyett a nevelőknek, az iskolának vagy civil kezdeményezéseknek kell átvenni a szülő óvó, nevelő szerepét. Fentebb számos ilyen tartalmú kezdeményezésre utaltam, amelyek tájékoztató anyagokat tesznek közzé. Többek között az ICRA is közzétesz egy, a gyermekek internetes *Chartájának* nevezett tájékoztató lapot, amelyben megfogalmazza a gyermekek online védelmét szolgáló legfontosabb alapelveket, például hogy ne adják meg a telefonszámukat, szüleik hitelkártyaszámát, ne menjenek találkozára felnőtt kísérlete nélkül.

Egérlyukak

A szűrőprogramok azokat az oldalakat is blokkolják, amelyek egy másik úton hozzáférést engednének további oldalakhoz. Ilyenek például a fordítóoldalak, amelyek durva fordításban visszaadják egy oldal szöveges tartalmát, ám ez a lefordított tartalom a fordítóoldal keretében és a fordítóoldal címe alatt jelenik meg. Ezek az oldalak alkalmasak a

blokkoló- és szűrőtechnikák kikerülésére. Hiába van a feketelistán egy bizonyos honlap URL-je, ha a fordítóoldalon vagy az inkognitóoldalon keresztül hozzáférhetünk a tiltott tartalomhoz. Seth Finkelstein internetkutató derített fényt arra, hogy a blokkolóprogramok titokban ezeket az oldalakat is szűrik, és elnevezte őket egérlyukoldaloknak (*loophole*). A szűrőszoftverek nem tájékoztatták felhasználóikat e szűrési kategória létezéséről. Finkelstein ebben meggyőző bizonyítékát találta annak, hogy a szűrés célja nem a védelem, hanem a cenzúra. Hogy valóban így van, azt éppen az N2H2 magyarázata bizonyítja: Finkelstein felfedezésének közzététele után a cég szükségét érezte, hogy valamilyen információt nyújtson az egérlyukak blokkolásának mértéről. A magyarázat úgy szól, hogy „a leghatékonyabb mód arra, hogy megakadályozzuk a *biztonsági eszköz* megkerülését, ha blokkoljuk az összes kifelé irányuló ismeretlen portált, és csak a *szükséges* és ismert portálokhoz és szolgáltatásokhoz engedünk hozzáférést” (kiemelések – B. J.).⁸ Ez úgy hangzik, mintha a cég a feketelista használatáról a fehér listára váltott volna át: csak az ismert portálokhoz enged hozzáférést, az összes többit kizárja. Sőt, ennél is tovább megy: felhatalmazza magát annak eldöntésére, hogy amely oldalak „szükségesek” az ügyfelei számára! Hivatalos kereskedelmi politikájában ráadásul nem jelezte ezt a változást, sőt az egérlyuk oldalak nem is szerepeltek a blokkolandó kategóriák nyilvánosságra hozott listájában. Figyeljük meg, hogy a vállalat – a kor szelleméhez híven – pontosan abban az értelemben használja a „biztonság” kifejezést, amely napjainkban oly elterjedté vált. Korunkban a „biztonság” divatos jelszava *védelem* helyett gyakran egyszerűen erősebb hatalmi *kontrollt* jelent. A játszótér kerítése e szemlélet szerint nem attól védi a gyermekeket, hogy rossz emberek ne menjenek *be*, hanem hogy a gyerekek ne jöhessenek *ki*. A szűrés eredeti célja a gyermekek védelme volt egy külső, nemkívánatos behatástól: jelenleg arról szól a szolgáltatás, hogy megakadályozzák a gyermek aktív hozzáférését a „nem szükséges” és „nem ismert” tartalmakhoz.

Ez a magatartás sérti egyrészt a fogyasztók érdekeit, hiszen a vásárló szülők nem kaptak megfelelő tájékoztatást arról, hogy milyen terméket vesznek meg. Másrészt, véleményem szerint sérti a gyermekek jogait is, akiket – szülői beleegyezés nélkül – megfosztottak tájékozódási szabadságuktól. A szülőnek lenne ehhez joga, de a tájékoztatás elmaradása miatt nem az ő döntésén alapul a korlátozás. A szoftvercég a szülő tudta nélkül manipulálta a gyermekeket.

Gyakorlati szempontból is kritizálható az eljárás, mert egy olyan gyermeket, aki hozzá akar férni a tiltott tartalmakhoz, a szűrő nem fog ebben megakadályozni: hiszen megteheti azt a szomszédnál vagy internetkávézóban, valamint valószínűleg úgyis hamarabb tanulja meg manipulálni a szűrő ki- és bekapcsolását, mint szülei. Ahogyan a fentebb említett szociológiai tanulmányok is mutatják, és a szülőknek szóló tájékoztató szórólapok is hangsúlyozzák, a szűrő nem lehet a nevelés eszköze. Ha a gyermek nem azonosul a szülei elvárásaival, akkor mindent meg fog tenni, hogy az igazságtalannak érzett korlátok közül kiszabaduljon. A szűrő célja ezért – mind praktikus, mind elvi okokból – csupán annyi lehet, hogy az egészen kis gyermekeket, akik még alig értenek az internet használatához, védje a kellemetlen meglepetésektől. Az egérlyukak kiküszöbölése ezzel szemben nyilvánvalóan az egyik személy információfogyasztásának a másik által gyakorolt kontrollját valósítja meg, hiszen más célja nem lehet, mint a szándékos hozzáférést ellehetetleníteni. Ez a személyiségi szabadságjogok korlátozását jelenti, akár munkahelyen, iskolában vagy otthon történik.

A SZŰRŐK TÖKÉLETLENSÉGÉRŐL

A Kifejezési Szabadság–Politika Projekt (*Free Expression Policy Project, FEPP*) 2001-ben értékelt a piacon kapható szűrőket pontosság szempontjából.⁹ Azt a meglepő eredményt kapták, hogy a kiszűrt tartalmak között olyan ártalmatlan irodalmi művek voltak, mint Jack Londontól *A vadon szava*, Shakespeare tragédiái, Sir Arthur Conan Doyle-tól Sherlock Holmes kalandjai, Defoe: *Moll Flanders*, Voltaire: *Candide*, és számos Mark Twain-mű. Szexuális felvilágosító oldalak, mint például a *Hogyan használjunk óvszert*, információ az AIDS-ről és családtervezésről estek áldozatul. De a legérdekesebb, hogy számos politikai tartalmú oldalt is kiszűrték ezek a – családok részére árusított – szoftverek: az *Amnesty International*, a *Human Rights Watch*, a COPA-ról és az az ACLU-ról szóló oldalak (!), az Elektronikus Határ Alapítvány (*Electronic Frontier Foundation EFF*), a Cenzúra Irányjelző (*Index to Censorship*), a Magánélet Védelme az Interneten Egyesület (*Internet Privacy Coalition*), a Massachusetts-i Technológiai Intézet Ligája a Programozási Szabadságért (*MIT League for Programming Freedom*), a *Privacy International* és egyéb internetes szabadságjogokért tevékenykedő szervezetek weboldalai. A blokkolás egyik oka lehet, hogy e szervezetek weboldalain nagy valószínűséggel előfordul a „szexualitás” vagy a „pornográfia” szó valamelyik alakja, hiszen társadalmi szempontból tárgyalják ezeket a kérdéseket. De ez csak akkor lehetne elfogadható érv, hogyha például a *Family Life Center* site-ot is blokkolná, hiszen az is megemlíti a pornográfiát, amikor annak veszélyeit ismerteti. Valószínűbb, hogy az amerikai civil szervezetek oldalainak blokkolása sajnos a nyilvánvaló érdeklentéssel fákadó szándékos cenzúrát jelez: ezek az oldalak általában ellenzik a blokkolást, és a lehető legkisebb internetszabályozás mellett szállnak síkra. Ironikus, hogy az amerikai véleménynyilvánítási szabadság kialakulásában immár történelminek nevezhető szerepet játszó ACLU honlapja is a gyermekekre káros kategóriába esik.¹⁰

Ugyanebben az évben az ausztrál Műsorszóró Hatóság (*Australian Broadcasting Authority, ABA*) is rendelt egy értékelő tanulmányt a káros tartalmat szűrő szoftverekről. A tanulmány mindjárt a bevezetőjében kijelenti, hogy az internet hatékony szűrése olyan értelemben, ami a káros oldalak kiszűrését és a többi áteresztését jelenti, „lehetetlen”.

Amíg e szűrőket nem kötelező használni, alkotmányossági kifogás nem támasztható ez ellen az eljárás ellen. Fogyasztóvédelmi szempontból azonban kifogásolható, hogy a blokkolt oldalak listáját nem hozzák az ügyfél tudomására, azt titokként kezelik, és arról sem tájékoztatják ügyfeleiket, hogy nem csupán káros, hanem kifejezetten hasznos tartalmat is blokkolnak.

KI MONDJA MEG, MIT LÁSS? SZÉLESEBB KÖRŰ SZŰRÉS: AZ OTTHONI KÉNYELEM TŐL AZ ORSZÁGOS CENZÚRAIG

A szűrés alkotmányos problémája ott kezdődik, amikor nem az állítja be a szűrőt, aki a szűrt tartalmat „kapja”. Ha a felügyelő és felügyelt kapcsolata szülő-gyermek kapcsolat, akkor természetesnek tartjuk az ellenőrzést. Azonban ha munkáltató és munkavállaló, vagy állam és állampolgár között áll fenn ez a hierarchia, akkor más a helyzet.

Márpedig a szűrő a hálózat bármelyik szintjén elhelyezhető: a technológia magában hordozza a visszaélés lehetőségét is. Az egyéni felhasználó otthoni számítógépétől akár országszintű szűrésig terjedhet a kontroll terjedelme. Az otthoni számítógépet a gyermek könnyen manipulálhatja: ezért egyre népszerűbb a szerveralapú szűrés. A szülő az internet-hozzáférést biztosító társaságtól a hozzáféréssel egyidejűleg azt is megrendelheti, hogy csak szűrt tartalmat nyújtsanak nekik. Így a szűrő kikapcsolhatatlanná válik az otthoni számítógépen, és a szülőnek nem kell bajlódni a beállításokkal. A vállalati hálózatok is tipikus terepei a szűrésnek. Az állam központi szerverén elhelyezett szűrőprogram pedig az egész ország számára csak engedélyezett tartalmat tesz hozzáférhetővé: ez a helyzet például Kínában és Szaúd-Arábiában. Kína elsősorban politikai témájú oldalakat szűr. A kínai hagyományok ismeretében ezen nem csodálkozhatunk: Kínában a sajtót hagyományosan, már a 18. századtól kezdve kizárólag a hatalom erősítése és a kormányzó bürokráciák legitimizálása eszközének tekintették.¹¹ Szaúd-Arábia hivatalosan a pornográf tartalmakat, azonban gyakorlatilag politikai tartalmakat is, például azokat, amelyek a nők jogairól, vagy a kereszténységről szólnak. Jonathan Zittrain és Benjamin Edelman, a Harvard Egyetem kutatói felmérést végeztek mind a kínai, mind a szaúd-arábiai szűrés természetéről. A 63 000 Szaúd-Arábiában blokkolt oldalból 1353 nem szexuális tartalmú volt, hanem civil szervezetek oldalai, például az Amnesty International weboldala, kifejezetten a nőknek szóló oldalak, zene, humor, az „egérlyukak” és a homoszexualitással kapcsolatos oldalak.¹²

A két kutató által indított projekt a felhasználókat is bevonta a tesztelésbe. Interaktív weboldalukon bárki megadhatott weblapcímet, amelyet a kutatás központi rendszere azonosított, vajon Kínából hozzáférhető-e az adott oldal.¹³ Biztos találatra számíthattunk a Tibetről szóló oldalak és a szabadságjogi civil szervezetek esetében. 2002 szeptemberében Kína a két legnagyobb forgalmú keresőprogram, a Google és az Altavista weblapját is blokkolta. Bár hivatalos magyarázat nem született, a valószínű ok, hogy mindkettő egérlyukat, azaz rést képezett a pajzson. A Google saját szerverén ideiglenesen tárol oldalakat, amelyekről a keresett oldal bármilyen okból történő hozzáférhetetlensége esetén meg lehet ismerni az eredeti oldal tartalmát. Az Altavista pedig a már említett fordítószolgáltatást látja el, amelynek révén ugyancsak meg lehet ismerni egy oldal tartalmát, akkor is, ha a címe feketelistán van.

Sajnos a legnagyobb kereskedelmi vállalkozások szívesen működnek együtt ezen országok hatóságaival, hiszen a megrendelések busás hasznot jelentenek. A Yahoo! furcsa helyzetbe hozta magát, miután a kínai hatóságok kérésére önként eltávolította kifogásolt tartalmát portáljáról, miközben korábban a francia bíróságnak ellenállt. Bár számos kritika érte emiatt, meg kell jegyeznünk, hogy a franciák által kifogásolt tárgyakat is eltávolította végül, és lehetséges, hogy mire Kínában sor került az ügyre, már elfogadta, hogy ez a megfelelő stratégia.¹⁴ Mindazonáltal tény, hogy a keleti területek friss piacot jelentenek, és a társaságok versengenek a megrendelések megszerzéséért.¹⁵

Az a kérdés, hogy munkáltató szűrheti-e munkavállalója internet-hozzáférést, eddig nem nyert szélesebb érdeklődést. Társadalmilag meglehetősen elfogadott, hogy a munkaadónak joga van munkaidőben felügyelni a munkavállaló tevékenységét. Ez alkotmányos értelemben is több okkal alátámasztható. Egyrészt a munkavállaló a munkáltatója tulajdonában lévő eszközöket használja, ezért indokolt lehet, hogy csak az általa meghatározott célra használja fel őket. Másrészt a munkaadó a munkaszerződés révén mintegy megvásárolja a munkavállalójának munkaidejét. Joggal várhatja el, hogy a munkaórát a munkavállaló ne saját épülésére vagy szórakoztatására, hanem munkájára fordítsa. A fokozott internetforgalom lassíthatja a számítógéprendszer, amely ugyancsak ellenkezik a munkaadó anyagi érdekeivel.

AZ ÁLLAM SEMLEGESSÉGE

De vajon ugyanez-e a helyzet az államilag támogatott teleházakban, iskolákban vagy könyvtárakban történő szűrés esetében? A monopolszerepet játszó telefontársaságokat Amerikában kötelezik arra, hogy más telefonszolgáltató rendelkezésére bocsássa infrastruktúráját (common carrier). A monopolhelyzetet ebben a kontextusban definiálhatjuk úgy, hogy a felhasználónak nincs más lehetősége valamely szolgáltatás igénybevételére. Az amerikai bíróság ebből a helyzetből azt a következtetést vonta le, hogy az ilyen helyzetű vállalkozásnak kötelezettségei vannak a többiekkel szemben, a köz érdekében.

Ahogy az internet egyre szélesebb funkciót tölt be, egyre szélesebbre nyílik az ún. digitális szakadék azok között, akiknek van internet-hozzáférésük, és azok között, akiknek nincs. Egyes társadalmi csoportok számára monopolhelyzetűnek tekinthető a teleház és a könyvtár internetkapcsolata is, hiszen akinek nincs munkahelye, vagy munkahelyén nincs internet-hozzáférése, annak máshol nincs lehetősége hozzáférni a nethez. Természetesen rendelkezésre állnak az internetkávézók is, de ezekben a hozzáférés nem ingyenes, amelyből két dolog következik: egyrészt szociálisan hátrányos helyzetű személyek számára korlátozott mértékben állnak rendelkezésre, tehát nem tekinthetők az ingyenes hozzáférés valódi alternatívájának. Másrészt mivel magánvállalkozások üzemeltetik őket, alkotmányosan nem lenne kifogásolható, ha mindegyik internetkávézó csakis szűrt hozzáférést bocsátana rendelkezésre. Mint profitérdekelt magáncégeknek, jogukban áll megszabni, hogy milyen tartalmat tesznek hozzáférhetővé, sőt még azt is, hogy kit engednek be. Ugyanakkor az állam által közpénzeken üzemeltetett terminálok ténylegesen egyfajta közösségi szolgálatot töltenek be. Ha pedig elfogadjuk, hogy bizonyos személyek számára ezek nyújtják az egyetlen lehetőséget az internet-hozzáférésre, akkor olyan monopolszereplőknek is tekinthetők, amelyeknek bizonyos közérdekű kötelezettségeik lehetnek. Lehetséges lenne-e ezeket a hozzáférési pontokat olyannak tekinteni, akárcsak a közkönyvtárak közszolgáltató funkcióját? Ahogy legalább egy közkönyvtár köteles példányt kell tároljon minden megjelenő kiadványból, úgy kellene, hogy legyen legalább egy olyan közösségi hozzáférési pont is, amely szüretlen internet-hozzáférést kínál bárki számára.

Természetesen sokak számára az a kézenfekvő, hogy éppen a közösségi pontokon legyen gyermekek számára is veszélytelen az internethasználat. A gyermekek védelme vitathatatlan érdek, de akkor lehetővé kell tenni, hogy csakis az ő számukra legyen szűrt, és felnőtteknek nem – ahogy a könyvtárak között is léteznek külön gyermekkönyvtárak. A másik ellenvetés a szűrés mikéntjének a problémája: általánosan elfogadott nézet, hogy tökéletes és pártatlan szűrés nincs. Az állam pedig nem foglalhat állást valamely világnézet mellett, sem valamely szűrőgyártó magánvállalkozás mellett. Az állami közszolgáltatásnak nem lehet más célja, mint hogy pártatlan és torzítatlan információforrást kívánjon biztosítani, ehhez pedig kizárólag a szűrés nélküli internet-hozzáférés vezet.

Az amerikai kormány kötelezi a szövetségi támogatást kapó könyvtárakat és iskolákat, hogy szűrőket helyezzenek el az internetkapcsolattal rendelkező számítógépeiken. Sok ember számára ez jelenti az egyetlen hozzáférési lehetőséget az internethez, ezért ezeknek a személyeknek az információhoz való hozzáférési joga sérül, mert a szűrők nem pusztán a pornográf vagy egyébként káros tartalmú oldalakat szűrik ki, hanem számos ártatlan oldalt is.

¹ <http://www.fcc.gov/vchip/>

² Lásd még Bayer, 2002.

³ www.safesurf.org

⁴ RSAC: Recreational Software Advisory Council, www.rsac.org

⁵ Windows XP, 2004-es állapot.

⁶ ICRA labelling help.

⁷ White 2001.

⁸ „The most effective way to prevent these and other attempts to bypass security is a strict network policy that blocks all outbound ports and only allows access to necessary and known ports and services.”

⁹ Heins & Cho, 2001.

¹⁰ Az ACLU-t 1920-ban alapították, és azóta szakmailag magas színvonalon, következetesen és aktívan képviseli a szabadságjogokat.

¹¹ Keane, 1999, 15.

¹² Zittrain & Edelman (a).

¹³ Zittrain & Edelman (b).

¹⁴ Akárcsak az eBay Németországban, amely szintén ellenkezés nélkül vezette be az ellenőrzöttebb weboldalt a német hatóság „kérésére”. A Yahoo! azonban demonstrálni kívánta, hogy a francia bíróságnak nincsen felette joghatósága.

¹⁵ Lee, 2001.

IRODALOM

Bayer, Judit (2002): A filter, mint a tartalomszabályozás eszköze. *Médiakutató*, tél.

Heins, Marjorie – Cho, Christina (2001): *Internet Filters. A Public Policy Report, Free Expression Policy Project, National Coalition Against Censorship*. New York.

Keane, John (1999): *Média és demokrácia*. Helikon.

Lee, Jennifer S. (2001): Companies Compete to Provide Saudi Internet Veil. *The New York Times*, 2001. 11. 19.

White, Elmer E. (2001): The Case of the Internet Pedophile. *Michigan Bar Journal*, 6.

<http://www.michbar.org/journal/pdf/pdf4article306.pdf>

Zittrain, Jonathan – Edelman, Benjamin [Zittrain & Edelman (a)]: *Documentation of Internet Filtering in Saudi Arabia*. Berkman Center for Internet & Society, Harvard Law School, <http://cyber.law.harvard.edu/filtering/saudiArabia/>

Zittrain, Jonathan – Edelman, Benjamin [Zittrain & Edelman (b)]: *Real-Time Testing of Internet Filtering in China. Documentation of Internet Filtering Worldwide*. Berkman Center for Internet & Society, Harvard Law School, <http://cyber.law.harvard.edu/filtering/china/test/>

Ifj. Csákvári József

LEHETŐSÉG, VÉLETLEN ÉS KÉPI RETORIKA A SZÁMÍTÓGÉPES JÁTÉKOK NARRATÍV STRUKTÚRÁIBAN

(A számítógépes játékok kutatásának elméletéhez)

„Amióta az emberiség az aranykorból kilépett, a megformált, kész, megnyugodott, boldog és egész lét csupán lehetőséggé zsugorodott. (...) A létektől a perctől kezdve nincs megoldása, csak lehetősége; nincs alakja, csak lehetősége; nincs nyugalma, hanem ismét csak lehetősége. Az apokalipszisben minden egész és befejezett forma folyékonyává válik: ez a folyékonyává vált forma a lehetőség. (...) Lao-ce, Buddha, Hérakleitosz, Püthagorasz minden szavának megvan ez az apokaliptikus éle. Az aranykor utáni emberiségnek apokaliptikus jellege az, hogy: ítélet alatt áll.”

(Hamvas Béla: *Scientia Sacra*. I. 28–29.)

BEVEZETÉS

Ebben az írásban egy olyan relatíve új jelenséggel kívánunk foglalkozni, mely felé a tudósok érdeklődése komolyabban csak a 90-es évek közepe táján fordult. A számítógépes játékokról van szó, melyeknek mára több változata alakult ki, az egyfelhasználós offline lövöldözős, illetve stratégiai játékoktól a többfelhasználós online „beszélgetős-ismerkedős”, kaland- és egyéb játékokig. Kezdetben ezekre a jelenségekre újdonság mivoltukon túl pl. az irodalomtudomány vagy az esztétika azért nem fordított különösebb figyelmet, mert egyfajta elitista szemlélet szerint, trivialisitásuk és népszerűségük ellenére, nem is tekintették e szövegeket „irodalmi” formának. Olyan hétköznapi szövegeknek tartották őket, melyek, csakúgy, mint a szappanoperák, túlságosan nyilvánvaló eszközeikből fakadó fogyaszthatósággal vonzották a közönség tömegeit. Hiányzott belőlük ugyanis az a tá-

volságtartás, ami a „magas” művészeti alkotásokban az olvasó és a történetbefogadó közti kapcsolatot jellemzi. A 80-as években a szappanoperák esetében a feminizmus, a cultural studies és a baloldali brit media studies fellépésével ez a teoretikus érdektelenség megszűnt, és talán ennek hatására a 90-es évek óta egyre több kutató érdeklődése fordul a hipertext, a hipermedia és az offline, illetve internetes játékok felé.

Azonban e játékok maguk is az utóbbi tizenöt évben jelentős változáson mentek át és természetesen folyamatosan fejlődnek. A számítógépes játékok közül az első népszerű kalandjáték az Adventure volt, amelyet még a 60-as évek végén topografáltak Fortran programban, később többen továbbfejlesztették és számtalan számítógépes programon futtathatóvá tették. A játékok népszerűsége különösen a 80-as évek elején nőtt meg robbanásszerűen az otthoni PC-használat széles körű elterjedésével párhuzamosan. Ekkor még e játékok kizárólag szövegalapúak voltak, az eseményeket a felhasználó parancsok begépelésével irányíthatta, ami csak meglehetősen fárasztós előrehaladást tett lehetővé. A számítógép-technológia fejlődésével, melyet a hollywoodi filmipar is erőteljesen serkentett, a 90-es évek elején újabb robbanás következett be a számítógépes játékok világában a grafikus játékok megjelenésével. Ez egyúttal paradigmaváltást is jelentett, hiszen e játékok már nem vagy csak részben voltak szövegalapúak, s a képi manipulálhatóság révén az interaktivitás mellett transzmedialissá váltak. Az internettechnológia fejlődésével, a sáv szélesség növekedésével párhuzamosan pedig az utóbbi öt-tíz évben megjelentek a többfelhasználós, valós idejű, grafikus online szerepjátékok is (RP MUD – role-playing multiple-user dungeon), melyek lehetővé teszik a szinte korlátlan számú felhasználó közötti interaktivitást, valamint az egyre fotorealistikusabbá váló grafikus felület révén a játékban mint alternatív valóságban történő „elmerülést”.

E játékok transzmedialitáson, interaktivitáson, az azonosulás, a kulturális identitás különböző formáin alapuló természete folytán már a kutatások kezdetén felmerült a multidiszciplinaritás szükségessége. Úgy tűnik, a számítógépes játékok igen komplex jelenségét többek között a kulturális antropológia, a pszichológia, a narratológia, a médiaelmélet, a fenomenológia, a hermeneutika, illetve a nemrég jelentkezett ludológia eszközeivel lehet és szükséges megközelíteni. A tudományos arzenál kiegészítéseképpen felvetünk néhány olyan szempontot is, melyek az emberi tudat, a társadalmi-kulturális valóság kutatása vonatkozásában relevánsnak tűnnek, de e tekintetben még gyerekcipőben járnak, így alkalmazásuk – egyelőre – a metaforák, illetve analógiák szintjén működhet. Ezek olyan interdiszciplináris kutatási területek, mint pl. a kvantumpszichológia, a kvantumneurobiológia, illetve a kvantumagykutatás. A modern fizika, ezen belül a kvantumelmélet alkalmazása azért is látszik érvényesnek, mert, mint látni fogjuk, a fentebb felsorolt egyéb tudományágak bizonyos módszertani és elméleti problémáit is új megvilágításba helyezte. A számítógépes játékok kutatásában ez a megközelítés különösen gyümölcsöző lehet, hiszen a játékok felvetik a többszörös, párhuzamos univerzumok (fizikai valóság vs. játékvalóság), a nemlokáltság (pl. a felhasználó és a játékbeli karaktere viszonylatában), a lehetőség, a véletlen és a statisztikai valószínűség problémáit (utóbbiak a tekintetben lehetnek érdekesek, hogy a játékot mint keretet a felhasználó tölti ki cselekményeivel). A nemlineáris fizika, a kvantumelmélet továbbá olyan még alapvetőbb dolgokról való tudományos diskurzushoz is hozzájárulhat, mint pl. a „szöveg”, illetve a „kép” ontológiája és episztemológiája.

Mindezek fényében a számítógépes játékok kutatását alapvetően három irányban tartjuk elképzelhetőnek: az egyik e játékok (ideértve a többfelhasználós online vagy offline szerepjátékokat is) hétköznapi tudatformákban és viselkedésben, az egyéni és kollektív

identitás alakulásában betöltött szerepének vizsgálata tartalmi szempontból, elsősorban a kulturális antropológia kvalitatív vizsgálati módszereivel; a másik irány a médiakutatás elméleti tudományágai (ideértve a narratológiát is) segítségével hívásával annak elemzése, hogy a játékok sajátos szerkezete, jelrendszere, szimbolikája miért és mennyiben alkalmas a tudatformák és az identitás létrejöttének, változásának képi és szöveges reprezentációjára. A harmadik irány pedig a játékok felépítésével, használatával, az általuk létrehozható élmények természetével foglalkozó ludológia lehet, mely, csakúgy, mint a tudatkutatás, nélkülözhetetlennek látszik az első és a második irány eredményes művelésében. A jelen dolgozat elsősorban e három fő kutatási irányhoz kíván hozzájárulni néhány probléma felvetésével.

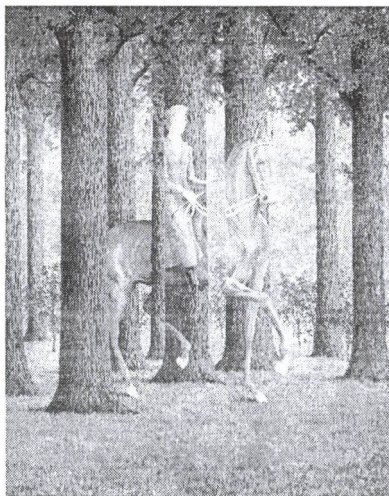
KVANTUMELMÉLETI ÉS TUDATKUTATÁSI MEGKÖZELÍTÉS

A kultúra jelenségei egyre differenciáltabbaknak tűnnek számunkra, és ennek megfelelően az e jelenségekről folyó tudományos gondolkodás és diskurzus is egyre árnyaltabbá, bonyolultabbá válik, a tudásterületek közti határok elmosódnak. A 20. század vezető tudományága kétségkívül a modern fizika volt, melynek felfedezései alapjaiban forgatták fel a világra vonatkozó elképzeléseinket és, mint említettük, szinte az összes többi tudományágot – ideértve a humán tudományok közül a narratológiát, a kommunikáció- és médiaelméletet is – megtermékenyítették, újragondolásra kényszerítették. E. J. Aarseth, az ismert irodalomtudós ezért írja, hogy „a szöveg nem az, amit kiolvasunk belőle, sem azzal nem azonos, amit egyszer valaki beleírt. Több ezeknél: egy lehetőség, ami csak részlegesen realizálható... Sőt, a szövegek (akár léteznek, akár nem), olyanok, mint az elektronok, soha nem tapasztalhatók meg közvetlenül, csak viselkedésük jelein keresztül... Azok a belátások, amelyekhez a nemlineáris fizika metaforái segítettek, lehetővé teszik a nemlineáris szövegek megértését, csakúgy, mint a lineárisokét...” (Aarseth, 2004, 320–321).

A Bevezetőben említett tudományágak közül nézetünk szerint a kvantumelmélet mind teoretikus, mind operacionális-módszertani értelemben az antropológiának is nagy hasznára lehet. A (kulturális) antropológia gyakorlatilag egyidős a modern fizikával, és az egyetlen olyan tudományág, melynek mára kialakult szemlélete a legerősebben „kvantum-intuitív”, azaz a kvantumelmélet által feltárt igazságokkal, illetve az általa felállított, plauzibilisnak tűnő elméletekkel összeegyeztethető. Csak néhány példa: a kulturális relativizmus, a kultúrák egyenértékűségének elfogadása nézetünk szerint Everett „párhuzamos univerzumok” elméletével hozható párhuzamba. A részt vevő megfigyelés étikus-émikus megközelítésmódja analóg egyrészt Wigner Jenő elméletével, miszerint a megfigyelő tudata, illetve műszerei befolyásolják a vizsgált valóságot, valamint a Heisenberg-féle határozatlansági relációval, mely szerint az elektron az atommag körül a téridő egy meghatározott pontjában egyszerre „ott is van és nincs is ott”, mert helyzete és impulzusa egyidejűleg nem határozható meg pontosan. A kultúrákutatóknak hasonlóképpen kell képesnek lennie egyszerre belülről, résztvevőként vizsgálni a jelenséget a terepen, valamint azt kívülről megfigyelni és értelmezni. A kulturális antropológia jelentősége a tömeg- és interaktív média kutatásában azért kiemelkedő, mert a témában szükségszerűen kompetens elméleti tudományágak megállapításait képes társadalmi-kulturális kontextusba helyezni.

A modern fizika, filozófia és információelmélet, a mesterséges intelligencia kutatása, valamint olyan kulturális jelenségek, mint pl. a hálózatok és az interaktív számítógépes alkalmazások létrejötte számos olyan kérdést vetett fel, melyek a kutatók figyelmét a tudat, a szociokulturális valóság mibenlétének vizsgálatára indították. Ha pontosabban akarunk fogalmazni, akkor tudatokról és kulturális valóságokról kell beszélnünk. A fenomenológián és az egzisztencializmuson alapuló tranzakcionális pszichológia és a kvantumelmélet által inspirált kvantumpszichológia (Wilson, 2002) szerint ugyanis operacionális értelemben nincs értelme „valóságról” vagy „igazságról” beszélni, csak többes számban. Ez azt jelenti, hogy mindannyian saját valóságkonstrukciónkat teremtjük meg, melyet a tudatműködés során folyamatosan aktualizálunk és behelyettesítünk az érzékelt „valósággal”. Magyarul nem a kül- (és bel)világot érzékeljük, hanem az arra vonatkozó mentális valóságkonstrukcióinkat. A „valóságot” tehát legalább olyan mértékben teremtjük – nemcsak materiális, hanem mentális értelemben is –, mint amennyire érzékeljük. De ugyanerre van számos szociálpszichológiai példa is (Asch, 1958; Loftus, 1979). Mint látni fogjuk, a számítógépes játékok narratív struktúráinak elemzése is megerősíti a tudat természetére vonatkozó ilyen jellegű felfogást.

Érdekes a technikai képek legegyszerűbb változatából, a fotóból kiindulni. Már az a kulturálisan kódolt tény, hogy a fotópapíron megjelenő kétdimenziós formát háromdimenziósnak fogadjuk el, illetve a fotón ábrázoltakat azonosítjuk a valósággal (vö. Reeves és Nass médiaegyenletével, Griffin, 2001) egyfajta „keretnarratívaként”, a kommunikációs csatorna narratív működésmódjaként fogható fel a médiaelmélet szemszögéből. Ez a keretnarratíva megvizsgálható a kvantumelmélet analógiás alkalmazásával is. Ha Ogden és Richards (1936) természetes nyelvi jelre vonatkozó háromszögét a fotóra alkalmazzuk, arra a következtetésre jutunk, hogy a kép egyszerre hordoz is valamit az ábrázolt valóságból (referencia) tónuselozslás-változások formájában, ugyanakkor nem is hordoz, hiszen kétdimenziós. Azt mondhatjuk tehát, hogy a képen a referencia egyszerre „ott is van és nincs ott”. A képnek ez az ontológiai jellegzetessége teszi alkalmazhatóvá a kvantumelméleti megközelítést. Így R. Magritte festménye, Az üres névjegy, melyen a ló „ott is van és nincs is ott”, felfogható W. Heisenberg határozatlansági relációjának, illetve a kép ontológiai természetének vizuális megfogalmazásaként.



Na de hol válik a kép igazán képpé? Természetesen az agyunkban. Egy másik dolgozatunkban (2004) Husserl nyomán részletesebben elemeztük, hogy a képdolog-fenoménal, pl. a képet hordozó fotópapírral szemben a reprezentációs tudatban lévő „anyagtalán” kép szerepe miképpen válik ismeretelméleti szempontból elsődlegessé. A kép (pl. egy arc) ingerületsorozat formájában a látóközpontba, majd a munkamemóriába kerül, ahol azt összevetjük a hosszú távú memóriában található, hasonló ingerületmintával rendelkező mémekkel (pl. nő, kislány, a húgom, az anyám). Az összevetés feltehetőleg nem lineáris, hanem holisztikus folyamat, és a másodperc töredéke alatt, tudattalanul megy végbe. A bőr ingerlésének tudatosodásához pl. fél másodpercre van szükség (Libet, 1992). Ezt a folyamatot szoktuk köznapiasan „felismerésnek” nevezni. A felismerés (denotáció) leegyszerűsítve valójában feltehetőleg az agy döntése arról, hogy mely mém (Dawkins, 1986) ingerületmintázatait rendelje a bejövő inger (pl. kép) ingerületmintázatához. A denotációra épülő konnotációs folyamatok, az identifikáció, az asszociációk során létrehozott metaszövegek stb. talán hasonlóképpen magyarázhatók. Az antropológusok által leírt jelenség, miszerint egyes, a civilizációtól elzárt kultúrák tagjai nem ismerik fel a fotón saját magukat, arra enged következtetni, hogy nem rendelkeznek a fotó mint átviteli rendszer mémjével. Hasonló jelenség, amikor egy ismeretlen, még nem használt számítógépes játékról ún. kognitív térképet kell létrehoznunk, hogy használni tudjuk. Ez esetben ismerjük az átviteli rendszert (számítógép), valamint a használat elemi mikronarratíváit vagy keretnarratíváit (egyes konkrét képek, szövegek, továbbá a szabályok fogalma), csak a használatához szükséges konkrét szabályokat és a makronarratívát még nem. Az átviteli rendszer és a mikronarratívák érzékelése és felismerése a kognitív térkép, tehát a megértés, mint egyfajta makronarratíva kialakításának feltétele.

Az érzékelés, a megértés és egyéb tudati folyamatok holisztikus, globális, nem feltétlenül az agy meghatározott területéhez köthető mechanizmusait újabban kvantummechanikailag is megkísérelték megközelíteni a kvantumagykutatásban (Miller, 1997; Penrose, 2003). Penrose szerint pl. bizonyos fehérjeláncok az agy jelentős tartományaira kiterjedő kvantummechanikai szuperpozíciót hozhatnak létre, melynek „objektív redukciója” (OR), a koherens állapot összeomlása (melyet a kvantummechanika továbbfejlesztett, még hiányzó OR-elmélete írna le) lehetne a tudatosság különböző formáinak – így az érzékelésnek, a gondolkodásnak és a szabad akaratnak – a biofizikai alapja (Hameroff és Penrose, 1996). Penrose két alapvető agytevékenység-típust különböztet meg. Az egyik tevékenységtípus, ami számítógéppel is szimulálható, az említett fehérjeláncok standard kvantumos jellegű sejtautomataként történő működése lenne, mely bizonyos számítási feladatok elvégzéséért felelős (Hameroff és Watt, 1982). Ezek a folyamatok a fenti körülbelül 0,5 és 1 másodperc körüli időtartamúak. Bizonyítottnak tűnik azonban (Penrose, 2003), hogy az agyban nemcsak pl. az érzékelésben vagy a szabad akarat alapuló döntésekben szerepet játszó számítási, hanem nem kiszámítható folyamatok is zajlanak (pl. logikai és matematikai megértés, intuíció, érzelmek stb.), melyek értelemszerűen számítógéppel nem szimulálhatók. Ez utóbbi folyamatokban nyilvánulnak meg az OR-elmélet nem számítható elemei. Ez azt jelentené, hogy a kvantummechanikai jelenségek nem lokális jellege, illetve az Einstein–Podolski–Rosen-paradoxon (bizonyos részecskepárok közötti rögtönös „távolhatás”), tehát az a jelenség, hogy térbelileg egymástól távol eső fizikai hatások nem tekinthetők egymástól elkülönültnek, jelentős szerepet kaphatna az agytevékenységek magyarázatában, így akár a képek felismerési és értelmezési mechanizmusai holisztikus természetének megértésében.

Még bonyolultabb a helyzet a mozgókép különböző formái esetében. Itt most csak három tényezőzt emelnénk ki, a szerialitást (sorozatszerűséget) és a narrativitás két, ehhez kapcsolódó kódját, a szintagmatikus viszonyokat, tehát a cselekmény előrevitelét meghatározó kódokat (rejtvény- és cselekménykód), valamint a paradigmikus, asszociatív viszonyokat szabályozó kulturális kódot. A tömegművelemek kapcsán minimum kétféle szerialitásról beszélhetünk: az egyes jelenetek, illetve az egyes epizódok egymásutániságáról (pl. tévésorozat). Hangsúlyozni szeretnénk, hogy nézetünk szerint a tudat az identifikáció és a beleélés (immersion, immerzió) segítségével a nézés közben egyfajta kvantumugrással a fiktív narratíva „párhuzamos univerzumába” lép át, miközben a környezet részben felfüggesztődik (vö. a skizofrén tudatállapottal, Miller, 1997). Ez adhat lehetőséget a művel kapcsolatos mémek termelésére és a meglévő memkészletünk megfelelő tagjaival való összevetésre, amennyiben feltételezhetjük, hogy a mémek olyan ingerületmintázatok, melyek biofizikai alapjai a Penrose és Hameroff által leírt fehérjeláncok.

A szerialitás legfontosabb következménye, hogy egy-egy epizód végén agyunk megfelelő része talán egyfajta Penrose-féle kvantumállapotba kerülhet: várakozunk a folytatásra, miközben döntésszerű gondolat kísérletek sorozata segítségével mérlegeljük annak lehetséges alternatíváit. Legközelebb többek között talán azért ülünk le a tévé elé, mert a folytatásról létrehozott, kvantumállapotban lévő memjeinket („képzelet”, metaszóvegek) össze kívánjuk hasonlítani a valós folytatásról gyártott memkomplexummal, azaz új minőségű OR-állapotokat kívánunk létrehozni. E folyamat nem más, mint a narratív rejtvénykód működése, ami természetesen egy-egy epizódon belül is érvényesül (a sorozatok esetében különösen a párhuzamos vágás miatt): az egyes jelenetek végén a mű világán belül gondolkodva és saját memjeinkre támaszkodva alternatív folytatási lehetőségeket keresünk. A szerialitást azért emeltük ki, mert a számítógépes játékok bármely formájának használata esetében a tévéhez hasonlóan kulcsszerepet játszik, de úgy tűnik, hogy az általunk ismert szakirodalom e jelenségnek nem szentel elég figyelmet.

A másik kód a cselekménykód, mely azt szabályozza, hogy bizonyos audiovizuális memkomplexumhoz milyen komplex-fogalmi mémet rendeljünk hozzá. Pl. egy bőröndbe való pakoláshoz a távozás fogalmát szoktuk kapcsolni. A memkészletben talán már létezik a tanult „(személy + mozgás + bőrönd + tárgyak) = távozás” memkomplexum. Amikor a látóközpontban megjelenik a „személy + mozgás + bőrönd + tárgyak” ingerület (denotátum), ez a felismerés után ismeretlen mechanizmusok révén aktiválja a feltehetőleg a hosszú távú memóriában lévő „(személy + mozgás + bőrönd + tárgyak) = távozás” komplex memjét (konnotátum), mely OR-állapotban átmenetileg a tudatosság középpontjába kerül. Persze felmerülhetnek konnotációs bizonytalanságok, amikor az ingerület valamelyik eleme eltér a megszokottól: a személy pl. nem elkeseredett felnőtt, hanem vidám kisgyerek... A médiahasználat okozta élvezet többek között valószínűleg az (újra)felismerési folyamatoknak és a konnotációs bizonytalanságok okozta, döntést megelőző koherens kvantumállapotoknak, illetve ezek klasszikus OR-állapotokba „szilárdulásának” köszönhető.

Végül a harmadik kódtípus az ún. kulturális kód. Ez számtalan felismerési és asszociatív folyamatot tartalmaz a szereplőktől a cselekvéseken keresztül a tárgyi szimbólumokig, műfaji jellegzetességekig stb., tehát a két másik kóddal is szorosan összefügg. E kód szabályozza a hosszú távú memóriában tárolt olyan asszociatív viszonyokat (memkomplexumviszonyokat), melyek a szappanoperák vagy az internetes szerepjátékok esetében pl. a szereplők közti bonyolult kapcsolatrendszer hordozzák. Itt már hihetetlenül komplex jelenségekkel állunk szemben, mindazonáltal az alapjukat képező „kulturális

megértés” talán szintén az agy nem számításos jellegű, kvantummechanikai modellekkel megközelíthető tevékenységeihez tartozik.

A tömeg- és különösen az interaktív média feltehetőleg a reflexív modernitás kulcsfontosságú terepei. Ez azért lehet így, mert a médiához való viszony, az ennek tartalmát képező narratív struktúrák egyrészt gerjesztik, mintegy kikényszerítik a címzettekben a reflexív gondolkodási minták létrejöttét. Ezt strukturális faktornak nevezhetnénk – pl. adott játék keretein belül ki kell találnunk egy avatarunk személyiségét. Másrészt a reflexivitásból következő identitásbeli, életviteli stb. problémákra sokféle megoldási alternatívát is kínálnak, melyeket a címzettek összevethetnek saját, a témára vonatkozó metaszövegeikkel (tartalmi faktor). Ezek a folyamatok ráadásul a kultúra és a médiavalóság differenciálódásával egyre komplexebbé válnak és felgyorsulnak. A reflexív modernitás egyre több és relatíve új memmel bombáz minket, minek következtében agyunk bizonyos területei talán gyakrabban kerülnek koherens kvantumállapotba, megnövekszik a már meglévő memekkel történő kölcsönhatások száma és intenzitása. Így nézetünk szerint a reflexív modernításban az agytevékenységet szinte folyamatosan egyfajta döntés előtti határozatlansági állapot jellemzi. Ez egyfelől bizonytalanságot, nyugtalanságot okozhat, miáltal időnként talán kiszolgáltatottabbá, nyitottabbá tehet minket bizonyos, pl. a fogyasztást főleg indirekt módon elősegítő médiatartalmakkal szemben (lásd az elit életét modellként beállító tévésorozatokat – tartalmi elem). Másfelől kreatív, egyéni megoldásokra, új memek létrehozására és az ennek megfelelő médiahasználati formákra is sarkallhat (lásd az internet különböző kreatív felhasználási módjait – strukturális elem).

Ezek a folyamatok természetesen még ennél is bonyolultabbak, hiszen minden az egyéni olvasatokon múlik, amelyeket az agy genetikai meghatározottságán túl legalább olyan mértékben befolyásol a társadalmi-kulturális környezet, a szocializáció, vagyis az, hogy milyen memkészlettel rendelkezünk, hogyan tudunk az új memekhez potenciálisan kapcsolódni. A genetikai és szocializációs tényezőkön túl pedig nagy szerepet kaphatnak a nem kiszámítható kvantumállapotok közvetítette véletlen hatások is, melyek jelentőségét most kezdjük felismerni. Nagy paradoxon, hogy párhuzamos univerzumainkba, pl. a tévésorozatba vagy az internetes szerepjátékba átlépve egyszerre élvezhetjük azok strukturális előnyeit, pl. a narratívákra adott reflexív válaszok során megerősödő kreativitást, az intenzív memkölcsönhatásokat, és a struktúrákból fakadó hátrányokat is. Utóbbiak közé tartozik a szerialitás és bizonyos narratív struktúrák segítségével műsorkészítői tudatossággal beállított ún. közepes izgalmi szint mint „csali”, mely eszképipista nézői magatartást okozhat és kiszolgáltatottabbá tehet a tartalmakkal szemben is, mivel talán csökkenti a kvantumállapotok számát, időtartamát és így a memtalálkozások és -változások intenzitását, a kreatív nézői/felhasználói magatartás kialakulását.

E tekintetben nem látunk potenciális különbséget a tévé és az internet között: egy tévésorozatot ugyanúgy lehet kreatívan „olvasni”, mint egy internetes szerepjátékban különböző reflexivitás nélkül „elveszni”. Utóbbi esetben ez egyrészt azért lehetséges, mert használatát a sorozatokhoz hasonlóan a szerialitás jellemzi. Tehát lehet eszképipista módon használni, azzal a különbséggel, hogy mi határozzuk meg (illetve a megszokásaink, levelezős játék esetében az új forduló megérkezésének időpontja), hogy mikor lépünk be. Másrészt ugyan tetteinket, a virtuális testünket, a cselekvés terét stb. a játék szabályai adta korlátok között mi határozzuk meg, azonban felmerül annak a lehetősége, hogy ezt a tömegmédiával befolyásolt memkészletünket mozgósítva, már „beidegzett” struktúrák és tartalmak mentén tesszük. Azaz ugyanúgy közepes izgalmi szintet állítunk be és sematikus

narratívákat hozunk létre magunknak. Az is előfordulhat, hogy egyes tudatállapotokban az internetes szerepjátékhöz kapcsolódó mémek a hétköznapi tudatban a fizikai környezet érzékelésével egyenrangú plaszticitással jelennek meg, azaz a párhuzamos mentális univerzumok összekeverednek. Ismét utalhatunk itt a skizofréniára, melyről egyes kutatók talán nem véletlenül gondolják, hogy a mai kor fő pszichés betegsége. A továbbiakban a számítógépes játékok narratív szerkezetének, retorikai elemeinek főbb jellegzetességeit, valamint a tömegmédiához fűződő viszonyukat vizsgáljuk meg részletesebben, és néhány példa segítségével bizonyítékokat próbálunk keresni néhány feltevésünkre.

FENOMENOLÓGIAI ÉS MÉDIAELMÉLETI MEGKÖZELÍTÉS

A 20. században a karteziánus-newtoni világszemléleten alapuló modernségesszembukása és különösen a posztmodern gondolkodásmód megjelenése óta az új utakon járó filozófia olyan jelentős eredményeket ért el, amelyek a társadalomtudományok számára is új fejlődési utakat nyitottak. A modern fenomenológia (Husserl, Heidegger) nemcsak a társadalomelméletre (Schütz, Berger, Luckmann, Foucault), a művészetelméletre (Gadamer, Ricoeur, Hartmann, Derrida), az antropológiára (az interpretív irány), hanem az egyre növekvő fontosságú kommunikáció- és médiaelméletre (Barthes, Eco, Flusser) is megtermékenyítő hatással volt. Ugyanez a helyzet a pszichológiával, különösen annak tranzakcionista ágával (Ames), illetve az utóbbi évtizedben fellépő kvantumpszichológiával (Wilson). Az alábbi fenomenológiai és hermeneutikai elemzés során Almási Miklós *Anti-esztétika* (1992) című művében foglalt megállapításokból indulunk ki.

A kommunikáció- és médiaelmélet, valamint a tranzakcionalizmus hangsúlyozása nem véletlen. Abból a szemléleti alapállásból indulunk ki, hogy a képek inflációja, amely az audiovizuális média jóvoltából a mindennapjainkat jellemzi, egyre erőteljesebben befolyásolja a világérzékelésünket, ezen belül is a „magas”-művészethez, a tömegkultúrához és végül, de nem utolsósorban a tárgyi világhoz fűződő viszonyunkat. A tömegkommunikációs eszközök által is erősített hiedelem, miszerint a virtuális kép megegyezik a valósággal, és realitása kézenfekvő (Reeves és Nass médiaegyenlete), megváltoztatni látszik a tárgyi és humán valóságról alkotott, általában tudattalan köznapi elképzeléseinket. Főleg a televíziózásban elmosódnak a fikció és a dokumentum közti határok: a híradó sztori jelleget öltve fikcionalizálódik, a szappanopera, a krimi dokumentumjellegű elemeket integrál. A valóság show, a show „valóság” formát ölt. A virtualításban megélt élményeknek a fizikai és lelki valóságszférákkal történő összemosódása valószínűleg megváltoztatja a közvetlen képi/tárgyi környezetünkhöz, sőt saját mentális tartalmainkhoz fűződő viszonyunkat is. Kérdésként merül fel ennek mikéntje, továbbá az, hogy ez a folyamat vajon az emberiség újfajta létmódjának kibontakozása-e.

A fenomenológia vetette fel azt a gondolatot, hogy nemcsak a műtárgyak, hanem a köznapi képek/tárgyak, ideértve a különböző társadalmi jelenségeket, kapcsolatokat is, ugyanúgy értelmezésre, interpretációra szorulnak, és ezáltal tesznek szert az emberi viszonylatokban használható jelentésekre. A valódi különbség abban áll, hogy a köznapi képek/tárgyak/jelenségek interpretációja tudattalanul megy végbe. Rendelkezünk ugyanis egy olyan keretrendszerrel, értelmezési hálóval, amely olyan közös kulturális sémákat, fo-

galmakat tartalmaz, melyek hétköznapi alkalmazása teljesen spontán módon, önreflexió nélkül zajlik. A tranzakcionális pszichológia szerint sem ismerhetünk semmiféle absztrakt igazságot, csak relatív igazságokat, amelyek a pillanatonként észlelt jelek értelmezésén alapuló modellek. Az értelmezés olyan gyorsan történik, hogy nem az információkat tapasztaljuk, hanem az ezekkel végzett műveleteinket. A műalkotás ontológiai sajátossága pontosan abban rejlik, hogy mivel nem konvencionális, az értelmezésére ez a tudattalan fogalmi háló részben vagy egészben alkalmatlan: a műtárgy tudatos interpretációra kényszerít, szemben a populáris kultúra különböző formáival.

A hermeneutika ismerte fel továbbá, hogy minden egyedi műtárgy egy interpretációs hagyományvonalba illeszkedik, azaz értelmezésében és hatásában – tudatosan vagy tudattalanul – szerepet játszik mindaz, amit róla valaha is elmondtak. A műalkotás másik ontológiai sajátossága tehát, hogy a hagyományt megszüntetve őrzi meg: előzményeinek úgy folytatása, hogy sajátosságával, megismételhetlenségével, újszerűségével azokat egyben tagadja is. Ezzel szemben a köznapi kép/tárgy (Eco nyomán ideértve az irodalmi, televíziós stb. bestsellert, a számítógépes játékok szöveges és vizuális fantasy-elemeit is) szubsztanciális lényege a szerialitás és az intertextualitás, benne nem a megismételhetetlen egyszeriségre, hanem a kontinuitásra esik a hangsúly.

Amikor a képekről és tárgyakról mint szimbólumokról beszélünk, nem szabad figyelmen kívül hagynunk azt a tényt, hogy a szimbolikus jelentéseket nem a képek/tárgyak tartalmazzák, hanem azok a fejünkben lévő köznapi valóságkonstrukciók, amelyeket a szocializáció és az élettapasztalatok megszerzése során sajátítunk el. A hegeli valóságértelmezés (a szubjektív tudat tükrözi a valóságot mint objektív létezőt) érvényét veszti, és ez azt jelenti, hogy a „valóságot” mi konstruáljuk a köznapi valóságkonstrukcióink segítségével. Ez a husserli látásmód lényege. Más kérdés, hogy ezeket a sematizált alakzatokat tudattalanul azonosítjuk a világ ontológiai szerkezetével. Kant (1966) vette észre először, hogy az emberi megismerés a priori fogalmai (a sematikus kategóriák) segítségével hozzuk létre a világot, de ez nem más, mint az objektíve létező valóság értelmezése. Ebből következően a sematikus valóságkonstrukciók nem állhatnak szöges ellentétben a természeti-társadalmi törvényszerűségekkel.

A fenomenológiai társadalomelmélet ezt a konstrukciós folyamatot terjesztette ki a társadalmi létre. A hétköznapi létezés értelmezése nem a tudat egyszerű leképező tevékenysége, hanem fordítva, projekciós aktus (Hartmann, 1972): a közös kulturális sémáinkat, episzteméinket (Foucault, 2000) vetítjük rá a dolgokra és történésekre, s ezek a sémák egy-egy történeti korszakban világmagyarázatként szolgálnak. Ilyen értelemben a műtárgy explicit, egyedi valóságkonstrukciója nem az objektív valósággal, hanem a köznapi, implicit világértelmezésekkel kerül viszonyba, azokat kívánja tudatosítani, illetve megváltoztatni. Ez a köznapi interpretációs keret az a szemüveg, amin keresztül a dolgokat látjuk, anélkül hogy tudnánk róla. A sematikus világkonstrukció nem homogén természetű, hanem több szintből tevődik össze. Ezek a következők.

Nyelvi alakzatok. Már a megnevezés aktusa egyrészt kategorizál, kiemel (egyfajta valóságot konstruál), másrészt a dolog egyéb tulajdonságait elrejti. Ilyen pl. az eufemizmus: akiről azt olvassuk, hogy „tragikus hirtelenséggel” hunyt el, feltételezhetjük, hogy öngyilkos lett. A névadás tárgyá tevés is, felcímkezzük a dolgot, és ez által kontrolláljuk, kezelhetővé tesszük.

Köznapi a priorik. Ezek olyan elemi értékelő kategóriák, melyekben a világ különböző viszonylatai elhelyezhetőek. Ilyen a szimpátia-antipátia: aki szimpatikus, attól sok mindent

elfogadunk (ő mégiscsak „más”), de akinek a személyét elutasítjuk, általában elutasítjuk azt is, amit mond. A köznapi a priorik központi vonatkoztatási rendszere az Én, szinte mindent ebből a nézőpontból látunk.

Sztereotípiák. Meghatározott, kulturálisan tanult típusok tartoznak ide (hivatalnok, örömlány, karrierista, újonc stb.), a hozzájuk tartozó sematikus „használati utasítással” együtt. Ennek pozitív oldala, hogy ez a körülbelüliség teszi lehetővé, hogy a világban eligazodjunk. Ha ez nem létezne, megbénulnánk. Negatívuma, hogy a sztereotípiák mögött az egyedit alig vagy egyáltalán nem vesszük észre, csak a dolgokat nagyjából leíró sémáinkkal dolgozunk.

Előítéletek. Ezek magasabb szintű értékelőkategóriák, amelyek mentén a világ dolgait, jelenségeit eleve kívánatosakra és elvetendőkre, jókra és rosszakra osztjuk fel. A konstrukció automatikusan, tudattalanul működik, a tényeket már előre értékmozzanattal látja el. Gadamer (1985) szerint az előítéletek a kulturális hagyomány fenntartói, ezért olyan nehéz egy teljesen idegen kultúra képviselőjének helyzetébe beleélni magunkat. De pl. a kommersz filmek is olyan valóságidegen sémákkal bombáznak minket, amelyek megerősítik előítéleteinket, és ezzel hozzájárulnak a kultúra folytonosságához.

Mítoszok. A világra mint egészre vonatkozó jelentések, fogalmak összessége. Ezeket a jelentéseket egy társadalom a világ és jelenségeinek szükségszerű, egyedül helyes értelmeként, leírásaként fogadja el. A mítosz (a mítoszok rendszere) tehát világmagyarázat, amely alapján az ember az önmagukban jelentés nélküli dolgoknak, jelenségeknek, történeseknek értelmet ad. Ez a magyarázat tehát egy filozófiai-vallási-ideológiai valóságinterpretáció fogalmi rendszerén belül helyezi el a teljes létezését. A mítosz konvenciókon alapul, és az alacsonyabb szintű valóságkonstrukcióktól eltérően ellenáll minden, vele szemben álló ténynek.

A modern euro-amerikai kultúra szimbólumrendszere tartalmazza mindezeket az episzteméket, sőt, ezeken túl egyéb valóságkonstrukciókat is. Ricoeur szimbólumfogalma, amelyet ugyan a műalkotások szimbolikájának meghatározására adott, némi módosítással számunkra is alkalmasnak látszik a szimbólum lényegének meghatározására: a szimbólum „olyan jeleket feltételez, melyeknek már van elsődleges, szó szerinti, kézzelfogható értelmük, és amelyek ezen értelem által egy másik értelemre utalnak. Tehát szándékosan olyan kettős vagy többértelmű kifejezésekre tartom fenn a szimbólum fogalmát, melyek szemantikai textúrája korrelatív a második vagy a többszörös értelem kifejezésére irányuló interpretációs tevékenységgel” (Ricoeur, 1987, 189). A szemiotika ezt úgy fogalmazza meg, hogy a szimbolikus jel egy jelölőből és egy jelöltből áll. A jelölő a szimbólum (általában) materiális eleme, a jelölt pedig az elvont jelentés vagy jelentések. Az interpretációs folyamat első lépcsője a denotáció, a jelölő érzékelése nyomán annak felismerése és értelmezése, azaz egy jel közvetlen jelentésében történő megragadása (Hjelmslev, 1983), azaz a ricoeuri elsődleges, kézzelfogható értelem megfejtése. Ezt követi a konnotációs szint, vagyis a másodlagos, elvont értelmek, jelentések értelmezése. A művészi szimbólum legfőbb sajátossága Ricoeur szerint annak többértelműsége, az egyértelműség lehetetlensége, az ún. konnotációs bizonytalanság.

Ricoeur azonban nem elégszik meg ennyivel és részben Freud, illetve Jung nyomán megkísérli az emberi szimbólumkészlet tipizálását. Ricoeur osztályozásából kiindulva a szimbólumok három szintjét különböztethetjük meg:

A kollektív tudattalan archetípusai. Az álmoskönyvek, mesék, közmondások stb. világa ez, amolyan pszichoanalitikus szimbólumszótár, melyet minden ember magában hor-

doz. Az archetípus a kollektív tudattalanban létező (és onnan pl. álomban feltörő) olyan kép, jelenség, amely az emberi élet legalapvetőbb jellemzőivel, eseményeivel áll kapcsolatban: tűz, víz, növény, állat, születés, halál, férfiség, nőiség, bűn, áldozat, találkozás, elválás stb.

Kulturális szimbólumrendszer. Elemei a társadalmi létezésben használt hagyományos és jelenleg is létező szimbólumok, melyek kulturálisan öröklődnek nemzedékről nemzedékre, jelentésüket a szocializáció során sajátítjuk el, és a mindennapi életben tudattalanul alkalmazzuk őket. Idetartoznak a fentebb felsorolt köznapi valóságkonstrukció-elemek (nyelv, köznapi a priorik stb.). Itt kell megemlíteni a populáris művészetek valóságkonstrukcióit is, melyek önálló entitásként tűnnek fel ugyan, de új szimbólumokat nem teremtenek, hanem csak a már meglévő, archetipikus és köznapi valóságkonstrukciókat variálják és erősítik meg (pl. a tévében és a számítógépes játékokban). Ezek a modern ember valósgértelmezésében döntő szerepet játszanak.

Művészi szimbólumrendszerek. Ezek már az egyén, a művész kreatív szimbólumteremtő tevékenysége során jönnek létre, „ahol már végképp nincs »szótár«, nincs tradíció, ahol egy furcsa, akkor született kép villámszerűen megvilágít valamit, s válik intuitív módon átélhetővé” (Almási, 1992, 76). Itt tehát a köznapi-kulturálistól eltérő, eredeti szimbólumok létrehozásáról van szó, amelyek a műalkotásnak összetéveszthetetlen egyediséget kölcsönöznek, és lehetővé teszik a címzettek aktív, tudatos értelmező tevékenységét. Míg a populáris valóságkonstrukciók elsősorban az embert érzelmileg legmélyebben érintő archetípusokra építenek, a művésziek a köznapi-kulturális szimbólumokat értelmezik át, kérdőjelezik meg, illetve töltik meg új jelentéstartalmakkal. Az így létrejött új szimbólumok többsége idővel a köznapi valóságkonstrukciók részévé válik.

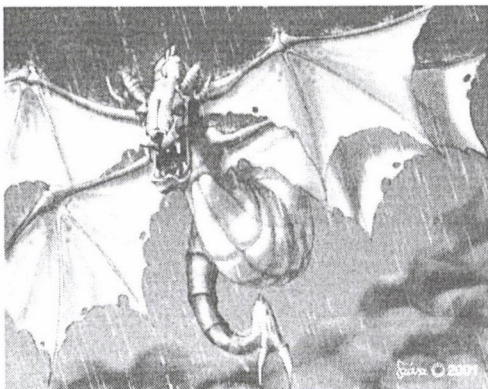
Hogyan jelentkezik kultúránk egyik legfontosabb területének, a kiberkultúrának a szimbólumrendszerében a fent tárgyalt episztemék? A digitális tér talán legfontosabb jellegzetessége az ún. dematerializáltság. A dematerializált jelleg a szaglási, izlelési, de elsősorban a kinesztetikus és tapintási érzékletek kiesését jelenti a médiakommunikációban. A kompenzáció lehetséges formái közé tartozik pl. egy chatroomban a beszélgető személyek testi jellemzőire történő utalás, ami az interneten zajló személyközi kommunikáció egyik legfőbb jellegzetessége. Az interaktív termékek fogyasztása tekintetében azonban tágabb értelemben a dematerializáltság ellensúlyozásának tekinthetők mindazok a vizuális megoldások, amelyek meghatározott hagyományos kulturális mintákra utalnak, a virtuális teret mintegy lehorgonyozzák a közös kulturális ismeretekben, és ezáltal a megfoghatatlan, immateriális kibertérben való felhasználói eligazodást segítik.

Ilyen jelenség a reklámokban pl. történelmi eseményekre, ismert személyiségekre, nevezetességekre, tudományos eredményekre, művészeti alkotásokra stb. való utalás, illetve a számítógépes kommunikációban a különféle kulturális jelentéssel rendelkező desktop ikonok alkalmazása (pl. levelezőprogram ikonja, papírboríték, tömörítőprogramé, préggép stb.). De idetartozik az a megoldás is, amikor a számítógépes játékok interaktív komponenseit emblematis, az ikonografikus kódoltság miatt kulturálisan könnyen felismerhető kontextusba (középkori kastély, múzeum, labirintus, barlang, nagyváros stb.) helyezik, ami végeredményben a vizuális retorika egyik eszköze (tartalmi hiperrealitás). Az interaktív játékkomponensek a komputer technológia műszavával élve kisebb felbontású live-renderinget (valós idejű képgenerálás) alkalmaznak, és ez nemcsak a hardverkapacitás korlátjainak tudható be, hanem annak is, hogy az erős kulturális lehorgonyozottság miatt kisebb hangsúly esik a kép esztétikai kialakítására.

A dematerializációval szembeállított másik kompenzációs stratégia az ún. esztétikai illúziókeltés. A termékszematikából ismert jelenséget tömören úgy definiálhatjuk, mint arra irányuló igényt, hogy a terméket (legyen az kép vagy fizikai objektum) az alkotók olyan formái, vizuális jellegzetességekkel lássák el, amelyek már ránézésre (tehát a konkrét használatot megelőzően) olyan funkcionális jellegzetességeket sugallnak, amivel a termék valójában rendelkezik. Az autó akkor adja el jól magát, ha nemcsak gyors és kényelmes, hanem annak is látszik. A komputerjátékok több kedvünk van használni, ha az interaktív-akciós komponensek mellett minél érdekesebb, izgalmasabb, de főképp látványosabb, a játék szűzséjéhez kapcsolódó filmbetétek szerepelnek. Az illúziókeltést pedig a kép esztétikai feljavításával lehet elérni (formai hiperrealitás). Ez a termékek oldaláról az igen fotogén műanyagok alkalmazását, míg a vizuális megjelenítés oldaláról főleg a tonális és a színek digitális manipulálását jelenti a minél teljesebb színesztetikus hatás elérése érdekében. A kép esztétikai feljavításának legfőbb terepe a reklám és a számítógépes-internetes játékok nem interaktív, nagy felbontású pre-rendering (előre, nem valós időben történő képgenerálás) segítségével kreált filmbetétei. És ami a leglényegesebb: a képnek mind a kultúrában történő lehorgonyozása, mind az esztétikai feljavítása a médiaegyenlet által leírt, a képet a referenciával azonosító hiedelem megerősítése érdekében történik!

Ennek a megállapításnak a jelentősége igazából a tárgyak (illetve a technikailag sokszorosított képek) köznapni értelmezési folyamataiban érhető tetten. Mivel a tárgy képi reprezentációját valóságként éljük meg, a fizikai tárgy és képe közötti határvonal elmosódik, így – az alkotó szándékától függetlenül – a képekhez kapcsolt jelentéseket dekódoljuk akkor is, amikor a fizikai tárggyal kerülünk szembe. A tárgyak jelentése a modernitásban a lokalitáshoz kötődött, tárgy és szociokulturális kontextusa elválaszthatatlan egységet alkotott. A posztmodern információs társadalmában a tárgyak kontextusa globálissá vált, mivel képi reprezentációik által bekerültek először a tömegmédiába, majd a kibertérbe, az „áramlások terébe” (Castells, 2004). A tárgyak eredeti szociokulturális kontextusa tehát leválik – ezt nevezzük kulturális diszlokációnak vagy kiágyazódásnak. A vizuális (fizikai valóságként megélt), dematerializálódott tárgy-representációk eredeti kontextusukból kiszakítva „repkednek” a globális kibertérben, így könnyű hozzájuk új kontextust, új jelentéseket kapcsolni. Pontosan ezt teszi a marketing, amikor a tárgyakhoz, termékekhez, képekhez az azoktól eredetileg sok esetben idegen fogyasztói kultúra értékeit társítja.

A globális egyben multikulturális is: a marketing által a tömegmédiában és az áramlások terében cirkuláltatott, különböző kultúrákból származó formai elemek szintén termékké válva mintává, magasabb szerveződési fokon pedig ún. életstílusmintává válnak, ami aztán visszahat az anyagi kultúrára is. A posztmodern eklekticizmus jegyében így honosodhatott meg mai nagyvárosi környezetben pl. a mediterrán vagy keleti életstílusminta, élheti másodvirágzását a Bauhaus, jelenhetnek meg internetes szerepjátékok fő vizuális elemeként a fantasy és meseirodalom lényei (trollok, elfek, tündéek...), illetve bizonyos vallási szimbólumok (jin/jang, meditáló guruk, angyalok, ördögök...). Csak éppen e vizuális elemek nem eredeti szellemi tartalmukkal, hanem divatként, a kiüresített reprezentációs formát az antikantiánus, vebleni értelemben vett fogyasztói kultúra értékrendjével feltöltve jelennek meg. A fogyasztói kultúra nem véletlenül támaszkodik az antikantiánus esztétikára: populáris jelleg, relatíve alacsony kulturális tőke, naturalisztikus reprezentáció jellemzi, nem a jelenségek (képek, tárgyak, események) értelmezését, hanem fő célként ezek élvezetét, végső fokon eredeti értelmüktől függetlenített fogyasztását helyezi előtérbe. Ezért is nevezik sokan a posztmodern fogyasztói társadalmat élménytársadalomnak.



Archetipikus képek a Túlélők földje című szerepjátékból

NARRATOLÓGIAI ÉS LUDOLÓGIAI MEGKÖZELÍTÉS

A számítógépes játékok esetében feltétlenül szükséges a narratív struktúrák vizsgálata, különösen, ha tekintetbe vesszük az előző részben kifejtett feltevést, miszerint a tömegmédiá fogyasztása, használata és hétköznapi episzteméink között cirkuláris megerősítő, illetve kiüresítő kölcsönhatás áll fenn. Az elemzést úgy tűnik, érdemes a számítógépes játékok sajátos természete folytán ismét két szinten elvégezni. Ha a tömegmédiát behozzuk a képbe, akkor elkerülhetetlennek látszik a kulturális, fikcionális jelentés, a referencialitás vizsgálata (tartalmi-reprezentációs szint). Ezt az elemzést a 2. pontban gyakorlatilag elvégeztük, az alábbiakban e témában csak néhány kiegészítést teszünk. Ugyanakkor a számítógépes játékok mint nemlineáris „szövegek”, illetve szimulációk elemzése nem a tartalomra, hanem magának a szöveg megjelenésének fizikai és logikai formájára irányul, melyet a ludológiai megközelítés egészít ki (strukturális szint). A továbbiakban ez utóbbi szempontokra helyezjük a hangsúlyt.

A strukturális elemek vizsgálatánál érdemes E. J. Aarseth modelljéből kiindulni (2004), aki megkísérelte létrehozni a nemlineáris szövegek tipológiáját. A tipológia ugyan

nem teljes, de erre Aarseth saját bevallása szerint nem is törekedett. Megalkotásához nem megy el egészen a modern fizikáig, hanem a matematikai topológia segítségével kívánja létrehozni a nemlineáris szövegek formális definícióját. Mint látni fogjuk, e definíció és topológia valóban formális, tehát a számítógépes játékok jellegzetességeinek leírására számos ponton elégtelen, de kiindulópontként mindenképpen használható. Aarseth nem kíván új definíciót adni a nemlineáris szövegekre, ugyanakkor a hagyományos nyelvészeti, illetve szövegelméleti eredetű szövegfogalom helyett olyan definíciót keres, melybe mind a lineáris, mind a nemlineáris szövegek – többé-kevésbé – beleférnek.

A hagyományos szövegek leírásában Aarseth az olvasás, az írás és az állandóság aspektusait emeli ki. A hagyományos szöveg egyszerre jelent szavakat, mondatokat és az általuk az olvasó fejében létrehozott jelentéseket, továbbá üzenetet, vagyis az író, egy műfaj és kultúra értékeit, végül a szöveg alkotóelemeinek rögzített szekvenciáját. A tömörség kedvéért nem részletezzük, de belátható, hogy a nemlineáris szövegek esetében legtöbbször nem találkozunk rögzített szekvencialitással (pl. egy hipertextes szöveg olvasását, egy kalandjáték történéseit a felhasználó irányítja). Sok esetben értelmezhetetlen a „szerző” és „olvasó” fogalma (pl. egy chatszoba szövegeinél, csoportok által létrehozott blogok, kalandjátékok stb. esetében). Végül a szándékolt üzenet létezése, állandósága is megkérdőjeleződik (gondolhatunk az antikantiánus esztétikára, illetve arra, hogy pl. egy játéknak vagy egy tetszőlegesen olvasható hipertextes szépirodalmi műnek van-e hagyományos értelemben vett üzenete...)

Mindezek fényében Aarseth új szövegfogalmat javasol: „A szövegek mátrixok – a nyelvészeti mátrix (a szkript), a technológiai mátrix (a gépi feltételek) és a történelmi mátrix (a szociopolitikai kontextus) – kereszteződésében létrejövő termékek; és mindezen változók temporális instabilitása miatt a szövegek olyan folyamatok, melyeket lehetetlen meghatározni vagy redukálni. Ez a szempont lehetővé teszi számunkra, hogy idevegyük a nemlineáris szövegeket...” (2004, 321). Aarseth a szövegek topológiai leírását az őket alkotó elemek készletének és az elemeket összekötő kapcsolatoknak a meghatározásával oldja meg. A textualitás alapelemének a texton nevet adja, mely strukturálisan a Barthes-féle lexiónak felel meg, de ellentétben annak szövegtől való elszakítottaságával, olvasó-közpon-túságával, a texton a nemlinearitás „játékos kombinatorikáját” hangsúlyozza. A textualitás következő eleme a szkripton, mely „...egy olyan, a szöveg által élénk tárt megszakítatlan szekvencia, mely egy vagy több textonból áll” (2004, 322). Végül az elemeket egy szövegben az ún. kereszt-funkciók kötik össze: „Textonjain kívül egy szöveg egy vagy több kereszt-funkcióból áll, ezek azok a konvenciók és mechanizmusok, amelyek a textonokat összefogják, és azokat szkriptonokként a szöveg felhasználója (vagy olvasója) számára láthatóvá teszik” (uo.). A kereszt-funkciók nagyon fontosak, mivel ezek teszik lehetővé a szövegtípusok közötti különbségtételt. Egy kereszt-funkció amolyan használati utasítás, amely lehet pl. a szövegbe való belépés egyszerű aktusa (pl. „A Prédikátor könyve 12:12”, egy parancsgomb megnyomása, a hipertextben az aláhúzott szó, vagy egy kalandjáték teljes szabályrendszere, melynek segítségével a program és a felhasználó textonokból szkriptonokat hoz létre).

Aarseth felépíti a kereszt-funkciók variánsainak nem végleges készletét. Ez egy olyan mátrix, melyben az elemek különböző kombinációi segítségével számos szöveg jellemezhető, osztályozható. A rövidség kedvéért a mátrix elemei közül csak a számunkra fontosakat részletezzük. Az első elem a topológia, mely a linearitás és a nemlinearitás közötti különbséget írja le. A nemlineáris szöveg eszerint a szkriptonokat nem egy meghatározott

időbeli vagy térbeli sorrendben jeleníti meg, hanem a sorrend a felhasználón, a szövegen vagy mindkettőn mint kibernetikai közvetítőn múlik. A dinamika alapján megkülönböztetünk statikus szövegeket, melyekben a szkriptonok tartalma állandó, illetve dinamikusakat, melyekben a szkriptonok tartalma és száma is változhat. Nagyon lényeges a determinálhatóság: egy szöveg akkor determinált, ha minden egyes szkripton szomszédos szkriptonjai állandóak, tehát megjósolhatók. Ha a szkriptonok megjelenését a felhasználó idejének szimpla előrehaladása teszi lehetővé (valós vagy nem valós időben), átmeneti szövegről van szó, ellenkező esetben nem átmenetiről. Lényeges elem a manőverezés, vagyis hogy egy szöveg szkriptonjai hogyan közelíthetőek meg. Ebből a szempontból megkülönböztetünk nyitott szövegeket (az összes szkripton tetszőlegesen megközelítése), átlagos hipertextet (link, rejtett link, feltételes link segítségével történő megközelítés), valamint zárt vagy teljesen kontrollált megközelítésű szövegeket.

Témánk szempontjából az ún. felhasználófunkcionalitás a mátrix legfontosabb eleme. „A felhasználó interpretatív funkcióján kívül, amely természetesen jelenvaló mind a lineáris, mind a nemlineáris textualitás használatakor, a nemlineáris szövegek használata leírható lenne négy aktív visszacsatoló funkció szempontjából: a felfedezőfunkció, amelyben a felhasználó dönti el, hogy melyik »ösvényen« indul el; a szerepjáték-funkció, amelyben a felhasználó stratégiai felelősséget vállal a „karakterért” [lásd avatar – Cs. J.] a szöveg által körülírt „világban”; a konfiguratív funkció, amelyben a textonok és/vagy a kereszt-funkciók részben a felhasználó által választottak és/vagy megtervezettek; és a poétikai funkció, amelyben a felhasználó tettei, párbeszédei vagy konstrukciói esztétikailag motiváltak” (Aarseth, 2004, 324). A modell egyszerűsített változataként Aarseth a nemlinearitás négy kategóriáját javasolja: „(1) az egyszerű nemlineáris szöveg, amelynek textonjai teljesen statikusak, nyitottak és a felhasználó által bejárhatók; (2) a nem folyamatos nemlineáris szöveg, vagy hipertext, melyet a textonok közti „ugrások” (explicit linkek) szelhetnek keresztül; (3) a determinált „kibertext”, amelyben a textonok viselkedése megjósolható, de feltételekhez kötött, és a szerepjáték elemével egészül ki; és (4) a meghatározatlan „kibertext”, amelyben a textonok dinamikusak és megjósolhatatlanok” (2004, 325).

A továbbiakban a (4) típusú szövegekkel foglalkozunk, azoknak is azzal a változatával, melyek tartalmazzák a szerepjáték elemét, hiszen mind a számítógépes játékok, mind a RP MUD-ok e kategóriába tartoznak. A fentebb tárgyalt attribútumok segítségével elmondható, hogy e kibertextek – ellentétben pl. a 19. századi regénnyel – átmenetiek, dinamikusak, indetermináltak, próba jellegűek, szerepjátékosok, konfiguratívok és költői felhasználófunkcionalitással rendelkeznek. Aarseth idézett dolgozatában – elsősorban a MUD-okat elemezvén – mégis „irodalomnak” tekinti őket. Természetesen fontos információ, hogy írása 1994-ben készült, amikor még csak szöveges MUD-ok léteztek, mivel a grafikus elemekkel kiegészült, majd valós idejű 3D animációra épülő MUD-ok csak a 90-es évek végén jelentek meg a technológia fejlődése révén. További adalék, s ezt maga a szerző is elismeri, hogy az action-adventure MUD-ok elsősorban játékok, tehát az irodalomtudomány, az antropológia és a médiaelmélet megközelítése nem elégséges megragadásukhoz, leírásukat a ludológia teheti teljessé, melynek főbb szempontjait a narratológiai elemzésbe ágyazva tárgyaljuk.

A narratológiai elemzésnél maradva, főleg a valós idejű és grafikus játékok fő jellegzetessége, hogy míg a hagyományos fikcióban a befogadó azonosul a mesterséges környezettel, a virtuális térben való tevékenykedést ún. immerzió kíséri, ami több, mint az egyszerű identifikáció, mert a felhasználó meg van győződve arról, hogy az a tér körül is veszi őt

(Rheingold, 1991). Aarseth ebből arra következtet, hogy mivel a felhasználó stratégiai és érzelmi felelősséget vállal az avatarjáért, így a fő karakter (avatar), a történetbefogadó és a felhasználó közti határok megszűntek. Ugyanakkor a játékok többségének ismeretében ez nem mondható ki egyértelműen: a felhasználói felület egyszerre kétféle tevékenységet tesz lehetővé: egyrészt a nézői beleélést (lásd a játék „tartalmi” elemei, vizualitása, terei), másrészt ezzel párhuzamosan a felhasználói kontrollt (lásd a felületen lévő menüpontok, parancsgombok, szöveges utasítások). A játékfelület tehát folyamatosan emlékeztet minket a lehetséges tevékenységformák kettősségére. A viewer és a user szerepei közötti folytonos „kvantum” jellegű ugrások, oszcilláció segítségével oldható meg a virtuális térben történő navigálás, hasonlóan ahhoz, ahogy a hipertextben a felhasználó pozíciója a szövegszintek közötti ugrálás révén folytonosan áthelyeződik. A percepciónak ez a oszcillációs jellege nem ismeretlen a tömegmédiák esetében sem, hiszen a koncentráció váltogatásával dolgozzuk fel az audiovizuális média képi és hangyi információkötegeit is (Broadbent, 1958).

De kvantumugrásokkal történik a felhasználó és avatarja közötti „kommunikáció” is: a játékbeli karakter ugyanis nem pusztán a felhasználó identitásának vélt vagy vágyott irányban történő meghosszabbítása. Azt feltételezzük, hogy nem egyszerűen az identitás többszörözéséről vagy kiegészítéséről van itt szó, hanem új minőségű identitás létrejöttéről, melyet a felhasználó meglévő személyisége és az avatarba proiciált, illetve esetleg előre beprogramozott személyiségelemek együttesen hoznak létre. Az avatar minden egyes cselekményére rányomja a bélyegét a felhasználóaspektus és az avataraspektus, esetenként különböző mértékben. És fordítva is, az avataraspektus (benne mind a proiciált-vágyott, mind a programozott elemekkel) hosszabb távon befolyásolhatja a felhasználó személyiségét, mint ahogy erre számos bizonyíték van. A játékokban létrejövő Én tehát nem rögzített, hanem a különböző aspektusok dinamikájából kialakuló kontinuum. Ez összecseng a kvantum-pszichológia Én-fogalmával is, mely szerint énünk több személyiségből tevődik össze, melyek közül a helyzettől, hangulattól stb. függően mindig másik kerül a tudatosság középpontjába.

A számítógépes játékok univerzuma a buddhista filozófia által leírt, az univerzális egység átélésével szemben az „én” és a „más” (a természet, a másik ember) megkülönböztetése, mint a szamszáríkus körforgás, a zavarodottság legfőbb okozója újabb színterének tűnik. A játék sajátos, bonyolult, de kiismerhető szabályrendszere folytán egy átláthatóbb, a természeti-társadalmi valóságnál kontrollálhatóbb párhuzamos univerzumot hoz létre, megteremtve ezzel az „én” és a „környezet” megkülönböztetésének, a káprázatnak újabb rétegét. A játékon belül azután avatarjainkba saját személyiségünk különböző aspektusait is kivetíthetjük, ezáltal az „én” és a „másik ember” dualitás mellett saját énünk bizonyos elemei is „másik emberként” tűnnek fel számunkra, s az identitás felhasad. Látható, hogy az identitás kérdése az egyik legfontosabb pont, ahol a narratológiai, a pszichológiai, az antropológiai és filozófiai elemzés összekapcsolódik.

Aarseth a MUD-jelenséget a történet, a narratíva széteséseként értékeli, ami szerinte egyben a menekülés egyik formája is: „Az elbeszéléstől való megszabadulás [...] egyre több menekülési lehetőséget ígér: a cselekménytől és a cselekményszerkesztőktől (szerzők és szerzőgépek), a műfajtól és az ellenműfajiságtól, valamint a társadalmi éntől. Ha ez sikerül, akkor elmondható, hogy a textuális gyönyörgépezet még a szimulációtól is megszabadult, és utánzás (emulation) változott, egy »szuplementummá«, amely egyre veszélyesebb, ahogy közeledik” (2004, 339). A társadalmi éntől való „megszabadulással”, vagy inkább annak más minőségű alakulásával, felhasadásával fent foglalkoztunk. A számító-

gépes játékok és szűkebben a MUD jelenségével kapcsolatban azonban érinteni kell a szimuláció-emuláció kérdését, ezzel összefüggésben a retorikai elemek szerepét, valamint a narratíva és a cselekmény problémáját.

Miért tekintjük a számítógépes játékokat szimulációknak? Ez leginkább a textualitás egyik ontológiai kategóriájával, a fikcióval való szembeállításból érthető meg. A fikció azon a hiten, közmegegyezésen alapul, hogy az előadott fiktív narratívát valóságnak fogadjuk el, azaz felfüggesztjük a fiktív világ valóságosságára vonatkozó hitetlenségünket. A fikcióról a felhasználó metaszövegeket hoz létre, melyeket a saját valóságkonstrukcióival vet össze, de a fikciós szöveg a saját belső logikája szerint működik, így a valóságról alkotott koncepcióinkat fel kell függesztenünk. Az, hogy ez a felfüggesztés milyen mértékű, Király Jenő (1993) megfogalmazásában azon múlik, hogy min alapul az adott fiktív műfaj realitáskonceptiója: a valószínű (realizmus), a valószínűtlenül (kaland) vagy a valószínűtlenül (fantasy). A fantasyban ezért pl. nem kérdőjelezzük meg King Kong, az óriásgorilla létezését. A számítógépes játékban azonban nem a szöveg belső logikája az egyedüli vezérlő elv, hanem a felhasználó is bizonyos fokú kontrollt gyakorol. A kibertextben a szöveg és a felhasználó cselekményei között okozati összefüggés van: ha levágjuk a sárkány fejét és később visszatérünk a helyszínre, a levágott fej továbbra is ott lesz. A kibertextualitásnak tehát a fizikai valóságunkhoz hasonló tapasztalati összetevője van. Ez az összetevő a fikcióban nincs jelen, ezért a kibertext saját ontológiai kategóriát kíván meg: a szimulációt, mely valahol a valóság és a fikció között foglal helyet. Továbbá, mivel a szimulációk a természeti-társadalmi valóság virtualizált elemeit tartalmazzák, e jelenségek igazolni látszanak Castells (2004) elképzelését, miszerint a természet „legyőzése” után a technikai civilizáció kultúrája már csak önmagára reagál.

Úgy tűnik, hogy a MUD a tartalom szintjén a kultúra bizonyos szegmenseinek reprezentációja (lásd a tömegkultúra vizualitásának elemzését a 2. pontban), a struktúra, illetve a működésmód tekintetében pedig a természeti-társadalmi valóság (egyszerűsített) szimulációja. Ami a működésmódot illeti, meghatározott szabályok szerint történik, továbbá a szabályoktól való eltérés, a deviancia lehetősége korlátozott a szöveg kibernetikusan automatizált jellege és/vagy a humán játékvezető kontrollja miatt. Szűkebb tehát a szabadságunk, mint a „való életben”, azonban a teljes rendszer makroszinten a természeti-társadalmi törvényekkel analóg módon működik. Ez a működésmód Aarseth kifejezésével élve a topográfiai helyett inkább „ergográfiai” módon írható le, azaz, mint láttuk, meghatározott felhasználói cselekményeket meghatározott, a programból fakadó következmények követnek. A cselekmények a makroszintű narratíva, a szabályrendszer keretein belül megjósolhatatlanok, a felhasználó szabad akaratától függenek, a kibertext tehát indeterminisztikus, pont olyan, amilyenek számunkra a társadalmi jelenségek tünnek. A már elemzett user/viewer kettősség is a fizikai létmódunkkal analóg, hiszen a hétköznapi életben is egyszerre szemlélők és cselekvő alanyok vagyunk. A szerepjáték jelleg is ismerős társadalmi-kulturális közeinkből, hiszen a társadalmi cselekvés nagyrészt szerepmintákon alapul.

A szimuláció kérdésével kapcsolatosan kell tárgyalni a kibertextben bekövetkező halált is. A felhasználó kibertextbeli halála sajátos halál a fikcióban vagy a való életben bekövetkező véghez képest. Ellentétben a fizikai létezésünkkel: „A kiberhalál nem a lezárást – a véget – jelöli, inkább a fő karakter afféle reinkarnációját: a halál magában foglalja a kezdetet. Ez a jelenség nagyon tiszta különbségeket állít fel a fő karakter [avatar – Cs. J.], a történetbefogadó és a felhasználó között” (Aarseth, 2004, 336). Az avatar számára nincs tovább, de a történetbefogadónak (viewer) a program sokszor szarkasztikusan kiszól, hogy újra-

kezdheti a játékot. A user pedig, ellentétben a viewerrel, tanul a hibákból és képes új játékot kezdeni. Látszólag tehát a kibertextnek ez a jellegzetessége, a végnélküliség a fizikai létezésünkkel nem analóg. Azonban kérdésként merül fel, hogy a való életet minden pillanatban a végre tekintettel, az arra irányuló reflexivitással éljük-e? Aligha, különösen, ha belegondolunk Heideggernek az időről szóló, 1924-es előadásában (Heidegger, 2004) foglalt fő üzenetre. Az előadásban pontosan azt fejtegeti, hogy az emberi életnek az elmúlás perspektívájába helyezés adhatja meg az igazi értelmét. Hétköznapi életünket azonban a halálról mint az életünk egyetlen bizonyos tényéről való tudatalatti elfeledkezésben, azaz a folytonos újrakezeshetőség illúziójában éljük. A kibertext végnélkülisége tehát fizikai elmúlásunknak ellentmond ugyan, de az elmúlásra vonatkozó valóságkonstrukciónknak, úgy tűnik, nagyon is megfelel.

Felmerül természetesen az a kérdés is, hogy a nemlineáris textualitás milyen mértékben engedi meg az irodalomtudományi vagy éppen szemiotikai terminusokkal való megközelítést. A narratológiai modell, mint láttuk, csak részlegesen alkalmazható. A szemiotikai elemzés még nehezebben képzelhető el, hiszen a szemiotika számára egy szöveg jelek láncolataiból áll, így eleve lineárisnak kell tekintenünk. Több lehetőség adódik a retorikai leírásban. A retorika eredetileg a beszéd egy elmélete, de a nemlinearitás könnyen felfogható egy nemtropikus retorikai alakzatként, mivel nem jelentésekkel operál, hanem szavak szokatlan konfigurációit vizsgálja. Úgy tűnik, ez a megközelítés azonban nem csak a szöveg-alapú MUD-ok esetében alkalmazható. Roland Barthes és Jacques Durand (1970) nyomán a retorikai megközelítés képi jelenségek elemzésében is járható út, ezért a grafikus MUD-ok esetében is érvényesnek tartjuk.

Ismét strukturális és tartalmi szinten lehet megvizsgálni a kérdést. Aarseth is elemzi a retorikai megközelítés lehetőségét, és a nemlinearitás alakzatait strukturális szempontból a következő (al)osztályokba rendezi: elágazás (térbeli nemlineáris szövegekben); linkeles/ugrás (hipertextes szövegekben); permutáció, komputáció és poligenezis (determinált és indeterminált kibertextekben). Ezek közül a legfontosabb a poligenezis, ami a szöveg több forrásból származó jellegére utal, mint pl. a MUD-ban, ahol az indeterminált poligenezis a program, a játékevezető, illetve a felhasználó közös cselekményei folytán jön létre. E körben a formális-strukturális szintnél sokkal jelentősebbnek tartjuk a tartalmi elemet, hiszen a retorikai alakzatok nagyon erősen kultúrafüggőek, mivel a MUD-ok esetében (de pl. a reklámokban is) a tömegkultúra vizuális anyagából építkeznek. A tömegkultúrából származó képi jelenségek között számos retorikai alakzatot találunk, melyek így a MUD-ok vizualitásában is megjelennek, mint pl. a halmozás, megszemélyesítés, metafora stb. Ezek részletes elemzésére itt nincs mód, de közülük talán leggyakoribb a túlzás: óriások, hatalmas méretű pókok, sárkányok stb. reprezentálják ezt az alakzatot. (A hiperrealitás alapformáit már fentebb érintettük.) Ezeket az alakzatokat amolyan mikroszinten működő narratív figuráknak tekinthetjük. Makroszinten azonban, mivel a MUD-ok, illetve egyéb számítógépes játékok vizualitása a tömegkultúrából ered, az intertextualitás miatt a legfontosabb átfogó retorikai alakzatnak a kisebb-nagyobb módosulásokkal történő ismétlést tartjuk. Ezen a ponton egyúttal az is megérthető, hogy mind strukturális, mind tartalmi szinten e játékok az emuláció, a pusztá utánzás felé közelítenek.

A fenti elmélkedések nyomán látható, hogy a számítógépes játékok és a MUD-ok strukturális szinten valóságsszimulációként működnek, tehát a fikcionális szövegeknél erősebben tartanak igényt a valóságtételezésre; ugyanakkor tartalmi szinten szövegesen és vizuálisan nagyrészt a tömegkultúrára építenek; harmadrészt mind tartalmi, mind szerkezeti

szinten retorikailag szerveződnek, tehát az átlagnál intenzívebb hatásokkal operálnak. E három megfontolásból szerintünk alapvetően két következtetés valószínűsíthető. Egyrészt e játékok valóságsszimuláció jellegüknél fogva megerősítik a tartalmi szinthez tartozó tömegkultúra mítoszrendszerét, és azt természetként feltüntetve hozzájárulnak az előző részben kifejtett cirkuláris önmegerősítő-kiüresítő folyamatokhoz, végső fokon a tőkés rend fenntartásához. Másrészt pedig hozzájárulhatnak mentális „univerzumaink” bizonyos fokú összezsúszásához, a fizikai és virtuális létben létrejövő valóságkonstrukcióink részleges átfedésbe kerüléséhez, sőt utóbbiak dominánssá válásához, így közvetve akár függőségek kialakulásához is.

E ponton felmerül a kérdés, hogy a számítógépes játékok milyen mechanizmusok útján képesek élvezet okozására. Kicsit visszakanyarodva a fikció és a kibertext különbségéhez látható, hogy egy hagyományos elbeszélés általában a rejtvény- és cselekménykódok által generált feszültségfokozás, illetve a narratíva zárlatában a feszültség kioltása, egyfajta katarikus kielégülés kettősségére épül. Aarseth szerint ezzel szemben a kibertext, pl. egy kalandjáték vége vagy sikeres (ha megoldottuk a feladatot, győztünk stb.), vagy sikertelen (meghiúsult feladat vagy az avatar halála esetén). A vég az első esetben nem hoz kielégülést, hiszen megoldottuk a feladatot, de utána nem történik semmi, nincs feszültségkioltás, a felhasználó egyszerűen kilép. Sikertelenség esetén pedig az avatar-Én amolyan élőhalott helyzetbe kerül, mert a felhasználó vagy kilép, vagy új kalandba kezd, de a befejezetlenség-érzet megmarad.

Mégis számtalan ember játssza ezeket a játékokat, ezért úgy tűnik, hogy az élvezet forrását valahol máshol kell keresni, talán Csikszentmihályi (1997) flow-fogalma körül. A flow azért lehet fontos elem a számítógépes játékok okozta élvezet megértésében, mert nem a befejezésre koncentrál, hanem a játék folyamatára: a flow élményét éppen a kognitív térkép kialakítása, illetve a feladatok megoldására irányuló tevékenység okozhatja. A flow-ban azonban szintén nagy szerephez jut a közepes izgalmi szint: kialakulását mind a túl nehéz, mind a túl könnyű feladatok megakadályozzák. A számítógépes játékok bonyolultabb formái, különösen a kalandjáték MUD-ok azonban igen bonyolult szabályokat tartalmaznak, világuk folytonos változásban van, ezért ezekben a flow élménye ritkábban alakulhat ki. Ráadásul a nem kalandjáték, hanem az ismerkedő jellegű MUD-ok nem is igazán tartalmaznak feladatokat, továbbá a kalandjátékoknál is végnélkülibbek, így az élvezet talán inkább az identitások kommunikációja, a velük való játék okozza.

Visszatérve a narratív szerkezet kérdéséhez, fontos még a narratíva és a cselekmény viszonyának megtárgyalása. Ehhez azt kell megvizsgálni, hogy a számítógépes játékok tömegkultúra által befolyásolt vizualitása – leszámítva a retorikai szervezettséget – milyen formában és mértékben épül be a játékok narratív szerkezetébe. Egyáltalán, beszélhetünk-e a játékok „narratív szerkezetéről”, és ha igen, az miképpen jelenik meg mikro- és makroszinten? Érintettük, hogy Aarseth szerint a kibertextben a hagyományos, fikciós narratív struktúrák szétesnek, és azt is láttuk, hogy a reprezentációs szinten a tömegkultúra különböző vizuális elemei kavalkádszerűen, nagy mennyiségben, más narratívákból, pl. egyes tömegfilmekből kiragadottan, amolyan mikronarratívákként vagy narratívatorédekékként vannak jelen. Nemcsak az alacsonyabb bonyolultsági fokú determinált, hanem a komplex, szimulációs jellegű indeterminált kibertextek esetében is igaznak tűnik, hogy „bár van egy narrátor, a történetbefogadó jelentőségteljes beavatkozásai miatt nem képes létrejönni narratíva, csak narráció. Ennek a dialógusnak [a felhasználó és a kibernetikus vagy humán játékvezető között – Cs. J.] az a célja, hogy kipróbáljon lehetséges cselekményeket, ameddig azt a játék határai engedik: a felhasználó a cselekményért játszik” (Aarseth, 337). A ka-

landjáték eszerint nem sokkal lenne több a kiüresedett narratívafragmentumokkal való öncélú játszadozásnál. Felvethető azonban, hogy e fragmentumok a felhasználók fejében visszautalnak az eredeti narratív kontextusukra. Így a cselekményt a játék felhasználója pl. filmélményei alapján metaszövegek gyártása útján kiegészítheti. A számítógépes játékok és a tömegfilm szoros kapcsolata nem véletlen: filmből gyakran készül játék és fordítva, és ezt az összefüggést nyilván profitérdekek diktálják (lásd James Bond filmek/játékok; Harry Potter és a titkok kamrája; X-Men; A Gyűrűk Ura: A két torony; Mátrix: újratöltve stb.) Ugyanakkor ez a jelenség a tömegkultúra és a hétköznapi valóságkonstrukcióink egymást megerősítő hatását is igazolni látszik. A továbbiakban röviden áttekinthetjük a számítógépes játékok azon narratív elemeit, melyek a kinematográfia, illetve szorosabban véve a tömegfilm befolyásának jegyeit hordozzák magukon, továbbá érintjük a fordított jelenséget is, amikor a film veszi fel a játék egyes jellegzetességeit.

A számítógépes játékok és a film bizonyos narratív sajátosságainak összevetését Manovich (2001) szerint az teszi lehetővé, hogy mindkét rendszer (a játékok esetében szándékosan kerüljük a leszűkítő „médiium” elnevezést) létrehozza saját, a fizikaitól különböző, „nem valós”, szimulált tereit. Célszerű elsőként azokat a filmi megoldásokat sorra venni, amelyek szerepet játszanak a játékokban. A filmi logika kétféleképpen jelenhet meg a játékokban: egyrészt mint az interakció filmi reprezentációjának lehetősége, másrészt a játékon belüli nem interaktív filmbetét. Az első esetben használatos egyik filmi megoldás a fokolizáció, ami a nézőpontok lokalizálását és diszpozícióit jelenti. Háromféle fokolizációt különböztetünk meg: szubjektív szemszög (pl. Quake), objektív (külső) nézőpont (Tomb Raider) és absztrakt (vagy hiányzó) fokolizáció (Tetris). Az interakció filmi reprezentációjában használt másik megoldás a montázs, melynek három fajtája jelenik meg a játékokban: a hagyományos montázs (pl. a user hozza létre a karakterszemszög és a kameraszemszög változtatásával – ActiveWorlds); belső montázs (hosszú kameramoszágok egy snittben, direkt vágás nélkül, az interakció kontinuitását teremti meg – Doom); makromontázs (a kamera főleg stratégiai játékokban felülről tekint a helyszínre, a user zoomolhat és panorámázhat – Civilization).

A nem interaktív filmbetétek többfélék lehetnek, ilyen pl. az előzetes. A fontosabbak közé tartozik a mára már megszokottá vált cut-scene, mely „a játék világát teszi reálisabbá – nem kizárólag elbeszélés segítségével, hanem azáltal, hogy a reagál a felhasználó tetteire, megmutatva azoknak a környezetre gyakorolt hatását... a cut-scene a bevezető és az epilógus szerepét tölti be...” (Hancock, 2002). A cut-scene az interaktív játékfolyamat megszakítását jelenti, és több típusa van: konzervpárbeszéddek; helyszínleirók és hangulatbeállítók; bevezetők a játék szabályaiba vagy új elemeibe; megelőlegező szekvenciák (melyek a usert motiválják a feladatok elvégzésére – vö. rejtvénykód); akció közbeni renderelt filmbetétek (pl. ha jól sikerül a user egyik cselekménye, annak eredményét már a tett végrehajtása közben mint hatásos filmet szemlélheti.) Az in-game film a felhasználó akcióinak a hibáit javítja ki, illetve különösen komplex tevékenységeket a user helyett elvégez, miközben a „csalás” észrevétlen marad. A fontosabb filmbetét típusok közé tartozik még az automatikus visszajátszás, illetve a user-movie, ami a felhasználó bizonyos tetteinek renderelt összeállítása pl. a lassított visszajátszás segítségével, ami az akciók sikerének vagy sikertelenségek analizisét vagy egyszerűen a vizuális élmény fokozását teszi lehetővé.

A filmekben fellelhető játékelemekkel kapcsolatban mindenekelőtt le kell szögezni, hogy míg a film megörökített akciónak minősül, addig a játék az akció kerete, lehetősége, melyet meghatározott szabályok és tárgyi viszonylatrendszerek szerint a user tölt meg

tartalommal interaktív tevékenysége révén. Bo Kampmann Walther (2004) szerint a dichotómia nem ennyire merev, hiszen a kibernetikus kód meglehetősen behatárolja a felhasználó cselekvési lehetőségeit, akinek a szabadsága látszólagos – mint láttuk, mind strukturális, mind tartalmi értelemben. Bár eszerint a játék is a filmhez hasonlóan sok tekintetben determinált rendszer, mégsem mondhatjuk azt, hogy a számítógépes játékok minden további nélkül filmre adaptálhatók. A ludológiai technikáknak csak egy része alkalmazható sikeresen a film kontextusában (és fordítva). Ez az üzleti stratégia, ahogy láttuk, a játékban egyes filmi megoldások alkalmazását jelenti, filmen pedig a user szoktatását a játék használatához: afféle „bevetés” ez a játékhoz annak, aki még nem ismeri, aki meg ismeri, az újrafelismeréssel még jobban élvezi – a következmény kétoldalú haszonmaximalizálás. A játékkelvű elemek filmen történő alkalmazásának Walther szerint három fő módja létezik: a játékokból ismert mozgásminták használata a film mikroszerkezetében (térhasználat a jelenetekben, illetve szekvenciákban); speciális effektusok alkalmazása; az interfész használatának ironizáló stratégiái a film makroszerkezetében (időkezelés).

A mikroszerkezet szintjének elemzésére az egyik legjobb példa a *Mátrix* című film, melyben több olyan jelenet található, amely a számítógépes játékokban található mozgásmintákra épül. A *Mátrix*ba belépő felfedezőcsapatot minden egyes alkalommal mesterséges intelligenciával rendelkező ügynökök üldözik. Ezekben a jelenetekben a szinte koreográfiai pontossággal megtervezett, váltakozóan vízszintes és függőleges szereplő- és kameramozgások geometrizálják a film terét. A mozgó szemszögbeállítások a mélységben történő mozgásokat sokszor a monitoron történő vertikális képgörgetéshez teszik hasonlóvá, miközben a kamera segítségével a képet olyan interfészként éljük meg, amelyen belül úgy érezzük, hogy nem a szereplőkkel, tárgyakkal és helyekkel, hanem síkokkal, koordinátákkal, útvonalakkal kerülünk kapcsolatba, melyeket egy játék karakterei népesítenek be. Röviden a filmkép észrevétlenül egy számítógépes játék interfészévé alakul át.

A játék jelleg a speciális effektusok alkalmazásában is megnyilvánul. A filmen ezek nagyrészt fotorealisztikusak, tehát bár számítógép generálja őket, paradox módon a realizmust szolgálják. Vannak azonban olyan esetek, amikor a jelenet játék jellegét a szerzők ezekkel az effektusokkal szándékosan kiemelik. Az egyik ilyen eszköz az ún. „töltényidő” (bullet-time), amely a hong-kongi akciófilmekből ered. A legjobb példa ismét a *Mátrix* című film, melynek talán leghíresebb és azóta agyonmásolt jelenetében az egyik főhős, Trinity (Carrie-Ann Moss) harc közben felugrik, majd amíg a levegőben lebeg, a kamera félkört tesz meg körülötte, és utána a történések valós időben folytatódnak. A trükk által a hős egyszerre válik az állandóság és a dinamika szimbólumává. A snittet technikailag két mozikamerával és 200 (!), félkörben elhelyezett fényképezőgép időzített működtetésével oldották meg. Így ugyanazon a képsoron belül, a film és a fotó eszközeinek kombinációjával sikerült egyszerre folyamatos és diszkontinuus térkezelést elérni, melyben a kontinuitás élményét a 200 fénykép folyamatos mozgássá történő számítógépes interpolációja adja meg. Az effekt pontosan azt a hatást kelti, mintha egy játékban a user az interfész variálhatóságát, dekomponálhatóságát kihasználva megnyomta volna a pause gombot, hogy kamera relatív módban megkerülje Trinityt, és megnézzé őt a másik oldalról... „Az interaktivitás fogyasztásában a filmi, játékkelvű és animációs eszközök létrehozta sebesség és erőszak balletszerűen precíziós reprezentációi központi szerepet játszanak” (Walther, 2004).

Az interfész ironizáló kezelése a játékkelvű elemek filmi alkalmazásának harmadik eszköze. Jó példa erre Danny Boyle *A Part (The Beach)* című filmje (2000). A filmben egy fiatal amerikai turista, Richard egy eldugott korallszigetre keveredik, ahol egy izolált modern

hippiközösséget talál. Kapcsolatuk végül odáig fajul, hogy a kommuna Richardot a dzsungelbe száműzi, ahol levetkőzi civilizált ember mivoltát és gyakorlatilag megőrül. A vadonbeli jelenteket, melyekben a hős a fákon ugrál, a rendező a Nintendo interfészre emlékeztető filmkép segítségével oldja meg. Ahogy Richard fut, a képsorok egyre inkább egy 3D lövöldözős játék interfészére kezdenek hasonlítani, a maga jutalompontjaival, menüsorával, eszközlístájával, és végül, de nem utolsósorban az akciókat végrehajtó karakterével, avatarjával. A média intertextuális kezelésmódja, a fiatal generáció szórakoztató médiakultúrájára történő utalás meghökkenítő és humoros hatást kelt.

A film mikroszerkezetében (az interfész és a jelenet szintjén) érvényesülő játékelvű elemek áttekintése után röviden érinteni kell a makroszerkezet szintjén, vagyis az időkezelés (a nagyszerkezet) és a téma vonatkozásában fellelhető ludológiai jellegű filmi megoldásokat. A nagyszerkezet játék jellegét ismét egy példán keresztül mutatjuk be, mégpedig egy díjnyertes német film, a *Lola Rentt* elemzésével (r.: Tom Tykwer, 1998). A film számunkra lényeges tartalma az, hogy zavaros pénzügyekbe keveredett hőse elveszít egy táska rabolt pénzt, és csak húsz perce van arra, hogy az összeget átadja megbízójának. Kétségbeesésében barátnőjéhez (*Lola*) fordul, és a film ezután három verziót mutat be: az egyikben *Lola* sikertelenül kér pénzt bankár apjától, miközben barátja ismét kirabol egy üzletet, és a rendőrség tűzharcban lelövi; a másikban *Lola* kirabolja apja bankját és saját apját ejti túszul; a harmadikban *Lola* nyer a kaszinóban, és így megszerez a pénzt. A film nagyszerkezete erősen emlékeztet *Kurosava A vihar kapujában* című filmjének elbeszélésmódjára, azzal a különbséggel, hogy utóbbiban nem különböző történetekről, hanem ugyanannak az eseménynek az egyes szereplők szempontjából történő interpretációjáról van szó. *Kurosava* filmje a modern fenomenológia, illetve pszichológia által ihletett posztmodern talán legelső, korai megnyilatkozása, míg ugyanezek a szellemi áramlatok a *Lola Rentt*-ben a játékelvű kibertext bizonyos szerkezeti elemeinek filmi alkalmazásán keresztül nyilvánulnak meg.

Az egyik ilyen elem a hiper-valósídejű időkezelés, hiszen a 81 perces film gyakorlatilag 20 perc eseményeit meséli el. A stilizált filmi univerzum több műfajból és stílusból táplálkozik, melyek közül a számítógépes játék, illetve a hipertext a legfontosabb, hiszen a személyek, akikkel *Lola* véletlenszerűen találkozik, mintegy „linkeként” egy újabb sztori univerzumába vezetik a főhősnőt. (Hasonló szerkezetűvel kísérletezett *Jeles András is A kis Valentinóban*.) A film így egy szekvencializált, nemlineáris történetté válik, melyben a nemlineáris jelleget azok a hibás döntések képviselik, amelyeket a játékokban a user általában elkövet: jobb helyett balra fordul, nem lő rá időben az ellenségre stb. A filmkép szintjén is kiütözik a játékokban alkalmazott, fent elemzett vizuális eszközrendszer, a panorámázás, rövid vágások, lassítás-gyorsítás, osztott képernyő, animációk, képbe integrált szövegek stb. formájában. A *Lola Rentt* tehát struktúrájában és vizuális megjelenésében a mimetikus reprezentációtól a ludológiai felé mozdul el, hiszen szerkezetének alapja a kvantum- és káoszelméletből is ismert bifurkációs pont, melynél a sztori elágazik és párhuzamos univerzumokat hoz létre. Ezek ugyan egyidejűek, de mivel a film lineáris médium, a nagyszerkezet szintjén a bifurkációk az idő visszafordításaként működnek. Kérdésként merül fel, hogy a lineáris médium végzettségének „kijavítása” realiztikus (*Lola Rentt*) vagy konstruált mise en scène (*Groundhog Day*, *Sliding Doors*) keretei között valósul-e meg. Utóbbi esetben „... a sztori iterációja és bifurkációja, valamint elbeszélésének időszerkezete egy természetfeletti tartalom következménye; míg az ismétlések és a ludológiai szerkezet a *Lola Rentt*-ben inkább a ludológiai és kinematográfiai (»lucidográfiai«) eszközökkel való kísérletezés hatásának tudható be” (Walther, 2004).

A ludológiai jellegű megoldások a filmek tematikája szempontjából is vizsgálhatók. Ismét a Mátrix tűnik a legmegfelelőbb példának: „Mehökkentő, homéroszi, keresztény és gibsoni elemeket tartalmazó forgatókönyv alapján, Keanu Reeves főszereplésével készült film, melyben a főhős, egy hacker rádöbben, hogy a világ nem más, mint valamiféle gigantikus SimCity játék, melyet a számítógépek hoztak létre, és segítségével a rabszolgáikká tettek minket” (Poole, 2000, 74). A fikció a fikcióban allegóriájával a Mátrix nyilvánvalóvá teszi, hogy a valóságosság és tapasztalatiság már érintett paradigmája milyen mértékben teszi szükségessé a számítógépes játékokban azt, hogy a user és a program között létrejön az a „szerződés”, amely a játékot mint a valóság illúzióját, mint szimulációt működteti. A játék ugyanis, mint láttuk, egyszerre terepe az identifikációnak, ami a viewer valóságillúziója, és az irányíthatóságnak, ami a user lehetősége és egyben a valóságillúzió felfüggesztése. Ezért vagyunk egyszerre a játékon belül is (viewer), és azon kívül is (user): hogy éppen hol, az teljes pontossággal megjósolhatatlan (vö. a kvantumfizikai nemlokális jelenségével). A számítógépes játék így hasonlít ahhoz a Heisenberg által leírt kvantumfizikai keretrendszerhez, amelyben az elektron (az „Én”) „ott is van és nincs is ott”.

A Mátrix szemléletileg feloldja a viewer és a user kettősségét, mivel az avatarhoz való teljes hozzáférés, a vele való tökéletes azonosulás helyzetét vázolja föl: ha valaki meghal a virtuális térben, akkor az fizikai pusztulását is jelenti (vö. a játékban bekövetkező halál nem végleges). A Mátrix világa annyiban különbözik a számítógépes játéktól, hogy hiányzik belőle a visszajátszás és mentés funkció. A filmben az interakció leválasztódik a testről: a lélek 1999-ben éli az életét, míg a valódi fizikai test 2199-ben alszik. A végtelen játékot így csak a tudat állíthatja meg, de a game over egyben a test halálát is jelenti. Olyan dualisztikus világ tárul tehát elénk, melynek virtuális részében sokkal több dolgot tehetünk, mint a fizikaiban. A Frankfurti Iskola teoretikusai vagy Ien Ang posztstrukturalista narratíva elemzéseinek terminusaival kifejezve a film üzenete: „a kibertér az életed, ott szabad vagy, kiteljesítheted magad, többre lehetsz képes, mint a fizikai életben – menekülj tehát oda, vagyis vásárolj meg a játékokat és a mozijegyet!” Más kérdés, hogy a film egyúttal azt is bemutatja, hogy mindez hová vezethet... Kanti megfogalmazásban a számítógépes játék a digitális korban a mai film számára a transzcendentális kondíciót jelenti, azt a keretet, amelyen belül a filmi valóságkonstrukciók értelmezhetővé, ad absurdum létrehozhatóvá válnak. A játékok nélkül a film számára nem lennének reprezentálható „valóságok”. Így a Mátrix is a mai fiatal generáció valóságkonstrukcióira, médiahasználati kompetenciáira épít, mely generáció, ha nem is tudatosan, de olyan komplex episztemológiai és ontológiai problémákat sejtett meg, mint pl. párhuzamos univerzumaink léte, illetve a tudat természete, melyek a legnagyobb fizikusok, írók, művészetelméleti szakemberek és filozófusok életművének is központi kérdései.

IRODALOM

- Aarseth, Espen J. (1998): *Allegories of Space: The Question of Spatiality in Computer Games*. <http://www.hf.uib.no/hi/espen/papers/space/>
- Aarseth, Espen J. (2004): Nemlinearitás és irodalomelmélet. *Helikon*, 3, 313–348.
- Almási M. (1992): *Anti-esztétika*. T-Twins Kiadó. Lukács Archivum.
- Asch, S. E. (1958): Effects of group pressure on the modification and distortion of judgments. In Maccoby E. E. – Newcomb, T. M. – Hartley, E. L. (eds.): *Readings in Social Psychology*. New York, Holt, Rinehart and Winston, 174–183.

- Broadbent, D. E. (1958): *Perception and Communication*. New York.
- Castells, M. (2004): *The Information Age: Economy, Society and Culture*. I–III. Blackwell.
- Csakvári József (2004): A valóságtapasztalás átalakulása a későmodernitás korában.
http://www.szinhas.hu/edan/PhD/studenttexts/csakvari_jozsef.htm
- Csikszentmihályi M. (1997): *Flow – Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Dawkins, R. (1986): *Az önző gén*. Budapest, Gondolat.
- Durand, J. (1970): Rhétorique et image publicitaire. *Communications*, 15, 70–95.
- Eco, U. (1986): *Faith in Fakes: Travels in Hyperreality*. Suffolk.
- Eco, U. (1990): *The Limits of Interpretation*. Bloomington.
- Eskelinen, M. (2004): Six Problems in Search of a Solution: The challenge of cybertext theory and ludology to literary theory. <http://www.brown.edu/Research/dichtung-digital/english.htm>
- Foucault, M. (2000): *A szavak és a dolgok*. Osiris.
- Gadamer, H.-G. (1985): *Igazság és módszer*. Budapest.
- Giddens, A. (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, CA.
- Gribbin, J. (2001): *Schrödinger macskája. Kvantumfizika és valóság*. Akkord Kiadó.
- Griffin, E. (2001): *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Harmat.
- Hameroff, S. R. – Penrose, R. (1996): Conscious events as orchestrated space-time selections. *J. Consciousness Studies*, 3, 36–53.
- Hameroff, S. R. – Watt, R. C. (1982): Information processing in microtubules. *J. Theor. Biol.*, 98, 549–561.
- Hancock, H.: (2002): Better Game Design Through Cutscenes.
http://www.gamasutra.com/features/20020401/hancock_01.htm
- Hartmann, N. (1972): *Lételeméleti vizsgálódások*. Budapest.
- Heidegger, M. (2004): Az idő fogalma. In Pongrácz Tibor (szerk.): *A metafizika alapfogalmai: világ, végeesség, magány*. Budapest, Osiris.
- Hjelmslev, L. (1983): Nyelvelméleti prolegoména. In Antal L. (szerk.) *Modern nyelvelméleti szöveggyűjtemény*. IV. Budapest, Tankönyvkiadó.
- Juul, J. (2001): Games Telling Stories? In *Game Studies*, nr. 2 (www.gamestudies.org)
- Kant, I. (1966): *Az ítélőerő kritikája*. Budapest.
- Király J. (1993): *Frivól múzsa. A tömegfilm sajátos alkotásmódja és a tömegkultúra esztétikája*. I–II. Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Lee, Shuen-shing (2002): Explorations of Ergodic Literature: The Interlaced Poetics of Representation and Simulation. <http://www.brown.edu/Research/dichtung-digital/english.htm>
- Libet, B. (1992): The neural time-factor in perception, volition and free will. *Review de Métaphysique et de Morale*, 2, 255–272.
- Loftus, E. (1979): The malleability of human memory. *American Scientist*, 67, 312–320.
- Manovich, Lev (2001): *The Language of New Media*. Cambridge, Mass. MIT Press.
- Miller, J. D. (1997): The Prospects for a Quantum Neurobiology.
<http://www.neuroscience.com/manuscripts-1996/1996-011-miller/1996-011-miller.html>
- Ogden, C. K. – Richards, I. A. (1936): *The Meaning of Meaning*. London, Trubner.
- Penrose, R. – Shimony, A. – Cartwright, N. – Hawking, S. (2003): *A nagy, a kicsi és az emberi elme. Kozmológia, kvantummechanika és a tudatosság fizikája*. Akkord Kiadó.
- Poole, S. (2000): *Trigger Happy. Videogames and the Entertainment Revolution*. New York, Fourth Estate.
- Rheingold, H. (1991): *Virtual Reality*. New York, Summit Books.
- Ricoeur, P. (1987): *A hermeneutika elmélete*. Szeged.
- Walther, B. K. (2004): Cinematography and Ludology: In *Search of a Lucidography*.
<http://www.brown.edu/Research/dichtung-digital/english.htm>
- Wilson, R. A. (2002): *Kvantumpszichológia*. Mandala–Véda.

KOMMUNIKÁCIÓS KULTÚRA

Balázs Géza

MINDENNAPI SZEMIOTIKAI RENDSZEREINK

Jelkulturális, jelpedagógiai megjegyzések

Mottó:

*Egy nap 24 óra, egy ládában 24 sör van... Ez nem lehet véletlen.
(internet)*

*– Egy 50-es melltartót szeretnék vásárolni a feleségemnek.
– De uram, honnan vette ezt a méretet?
– A kalappal mértem le.
(pesti vicc)*

CÉL, HIPOTÉZIS

Tanulmányomban a mindennapi életünkben előforduló, eligazodásunkat segítő különféle szemiotikai rendszerek változásaira hozok példákat. Hipotézisem az, hogy a szemiotikai rendszerek (jelrendszerek) történelmi meghatározottságuk folytán különféle fejlődési-változási utakat futnak be, ezért idővel keverednek, logikájuk elhomályosodik, a jelfolyamat (szemiózis) elemei sérülnek, új jelentéseket kapnak, végső soron pedig gátolhatják a mindennapi életben az eligazodást, a segítséget, kommunikációs zavart okoznak.

A tanulmányban több nyelvi és egy téri jelrendszerbeli (hátszámozási) példa segítségével igazolom a hipotézist. (A további igen érdekes példákat, mint például a piktogramok egyre bonyolódó, újraalakuló világát most mellőzöm.)¹

A KULTÚRÁK SZEMIOTIKAI VONATKOZÁSA

A kultúra szemiotikai értelemben az ember által létrehozott és használt jelrendszerek összessége. A kultúra időben és térben tagolódik, nincs egyetlen kultúra, a kultúrák viszont kapcsolódnak, egymásba fonódnak: összefüggnek egymással. A hétköz-

napi életben sokféle magyarázatot keresünk és találunk az egyes jelek, illetve jelrendszerek jelentésével kapcsolatban. Valamint folyamatosan újraalkotjuk a jeleket. Voigt Vilmos (1990, 39) szerint:

„találékonyak vagyunk a jelek és jelrendszerek kialakításában és újjáalakításában. Tamgáktól és tulajdonjegyeiktől ex librisig és kacskaringósan egyéni (»miniszteri«) aláírásig, néhány ruhadarabból összeállított újszerű és hódító öltözetekig, új termékek fantázianeveiiig vagy rajzfilmekben egy-két vonással jelzett állat- vagy robot-szereplőkig, akiknek azonban azért emberi jellemvonásait is jól tudjuk érzékeltetni – se szeri, se száma a sikerültnek tekinthető jelezési folyamatoknak.”

A szemiotikai elemzésnek célja lehet a szemiotikai kultúrák, illetve egyes kulturális jellemzők változásának, összefüggésének a kutatása. Ebből pedig a szemiotikai kultúra, szemiotikai tudatosság szintjének emelése is következik.

„...A spontán jelalkotási és -befogadási folyamathoz ritkán társul teoretikus szemiotika, mivel a múltban sem volt akadályá mondjuk a tényérjósáknak vagy a francia forradalom ünnepélyei megrendezésének, hogy csak alkalmazott és nem szaktudós szemiotikusok álltak rendelkezésre. Mégis azt vélem, hogy napjainkban lehetséges lenne a szemiotikai kultúra magasabb szintre emelése a kultúra köznapi értelmében (vesd össze lakáskultúra): amikor ez az adott körülmények és feltételek értelmes használatát jelenti. (Új bekezdés.) Ehhez azonban a szemiotika oktatására, illetve szemiotikai *nevelésre* lenne szükség” (Voigt 1990: 39).

SZEMIOTIKA ÉS NYELVI JELENSÉGEK

A nyelvtudomány kedvelt témája az élő, használt nyelvek változásának a kutatása (pl. Benkő, 1988, 31–182). A változások okait és útjait most nem vizsgálva, főként szemiotikai (jel-jelentés, jel-jelhasználat) értelemben a következő változásmódokat tapasztalhatjuk:

(a) Az alapeset az, hogy a jelölt (jelenség, dolog, valóságdarab, denotátum, „D”) és a jelölő (szemiotikai jelölő, forma, jeltest, „F”) csak egymásra vonatkozik.

Ábrázolva:

$$D \leftrightarrow F$$

Ilyen „alapeset”, vagyis a dolog és a forma közti „harmónia” viszonylag ritka, leginkább csak egy szinkrón időpillanatban létezik, mert nehezen elképzelhető az, hogy egy dolog és a rá vonatkozó nyelvi forma az idő folyamán változatlan marad. A változás azonban önmagában időfogalom, s diakrón értelemben csak a további esetek elképzelhetőek.

(b) A dolog megváltozik ($D1 \rightarrow D2$), a jelölő (F) tovább él.

Ábrázolva:

$$(D1 \rightarrow \leftarrow) D2 = J$$

Példa erre a kenyér. Ma is, ha a kenyérről gondolunk, alapvetően „mindennapi táplálékunk” jut eszünkbe. Ha alaposabban belegondolunk, akkor a kenyér lehet búza, kukorica, rozs stb. alapanyagú, egy- és félkilós, szeletelt, különféle formájú. A 19. és a 20. században Magyarországon a házikenyérnek a nyersanyagában és készítményében sokféle változata alakult ki (MNL, 3/142.). A kenyér a magyar nyelvben ősmagyar kori jövevényszó, finnugor előzményre nem lehet visszavezetni (TESZ, 2/446.), korábban egészen másfajta jellegű táplálékra vonatkozott. Az etimológiai szótár így mutatja a változást:

(aa) kásaféle, darából készült ételféleség

Ebből fejlődött (már a magyar nyelv dokumentumokkal igazolható életében) a következő két (illetve most nem érintett többi) jelentés:

(bb) gabonalisztból sültött ennivaló

(cc) az élet fenntartásához szükséges táplálék

Tehát a dolog megváltozott, a szó (bár az is változott) megmaradt. Ez nevezhető tipikus, főnyelvi változási folyamatnak.

(c) A dolog változatlan marad (D), ám a jelölő ($F1 \rightarrow F2$) megváltozik.

Ábrázolva:

$$D = F2 (F1 \rightarrow \leftarrow F2)$$

Tipikus esete az, amikor egy korábbi szókészlet valamilyen hatásra kicserélődik. A folyamat rendszerint sok fázison megy át, végső soron része lehet a nyelvcsereinek.

Könnyű példát találni erre a szinonimák világában, vagy más hatóerők nyomozása közben a határon túli magyar nyelvhasználatban. Például:

(aa) tréning(ruha) (F1) \rightarrow mackó(ruha) (F2), melegítő (F3), jogging (F4), tyepláki (F5) (szlovákiai magyar)

Végül a legtöbb eset olyan, hogy mind a dolog, mind pedig a nyelvi forma folyamatosan változik, pontosabban több nyelvi forma él egymás mellett (párhuzamosan, felcserélhetően) a földrajzilag és kulturálisan tagolt társadalomban, s ebből kifolyólag nyelvi megértési zavarok támadnak:

(d) A dolog is folyamatosan változik ($D1 \sim D2 \sim D3$), a nyelvi forma is több alakban (alakváltozatban, illetve szinonim formában) él ($F1 \sim F2 \sim F3$).

Ábrázolva:

$$D1 \sim D2 \sim D3 \sim F1 \sim F2 \sim F3$$

Jó példa lehet erre az égetett szeszes italok jellegének (dolog) és nevének (forma) folyamatos alakulása a magyar nyelv történetében. A történeti terminusokat, előfordulásuk időszakát, valamint a jelentéseket egy korábbi tanulmányomban összefoglaltam (Balázs 1991, 55):

Terminus	Előfordulás		Jelentés	
		borpárlat	gabonapárlat	gyümölcspálinka
aqua vitae,	14. sz.	+		
aquavita,				
akovita	(17. sz.)			
crematura,	15. sz.		+	
crematum				
égettbor,	1570	1570	1766	1658
égetett bor				
pálinka	1630	17. sz.	1668	1684 szilvapálinka
tótpálinka	17. sz.		+	
kogyi, gogyi	17/18. sz.	+	+	+

Kifejtés: a pálinka megnevezései

A 14. század elejéről van adatunk az első, magyarországi égetett szeszes italtra, az *aqua vitae*-re. Praevotius, a páduai egyetem tanára 1656-ban megjelent munkájában (Opera medica, Frankfurt) írja, hogy Károly Róbert (1288–1342) felesége, Erzsébet királyné közsvényét rozmaringos *aqua vitae*-vel gyógyította (Kárpáti, 1979). Több szerző említi az *aqua vitae reginae Hungariae*-t, azaz a magyar királyné „életvizét”. Ez föltehetően borpárlat lehetett, s a szövegből egyértelműen következően gyógyszerként alkalmazták. Az elnevezés biztosan, talán a termék is az Anjouk olasz kapcsolatai révén jutott el Magyarországra. De ez nem zárja ki azt a lehetőséget, hogy „népi” környezetben másféle lepárlóeljárás létezett volna. Maga az *aqua vitae* szó *akovita* formájában a 20. századig élt.

A második legkorábbi terminus ugyancsak latin eredetű. 1438-ban Bártfa város számadáskönyvében írják latinul, hogy a város *égettbor*t főző üstjei mellett dolgozók természetbeni juttatásként sört kapnak. Ezek szerint a 15. században Bártfán már iparszerűen készítették égettbor. Más adat szerint 1439-ben Pozsonyban az égettbor élvezeti cikknek minősül. Tehát ekkor már szélesebb körű elterjedésről és a gyógyszert meghaladó funkció-ról van szó.

Tehát az első, széles körben elterjedt magyar kifejezés az égetett szeszes italtra az *égettbor*. Írásos formában 1570-ben bukkan föl: „Myhal deak... Mindenkor Montha hogy penze Ninchen hane(m) Egethet Bort ad ely es megh aggya”. Az égettbor szó keletkezésekor nyilvánvalóan égetett borról, azaz borpárlatról van szó. Később, jelentésátvitellel mást is jelentett. *Égettbor* szavunk, csakúgy, mint a kölcsönzött *pálinka* szó jelentésköre fokozatosan bővült, végső soron mindhárom alapanyagú (bor, gabona, gyümölcs) égetett szeszes italra vonatkozott. Az 1570-ből származó égettbor adatunk azonban még egyértelműen borpárlatot jelentett. Egy 1722-ből származó idézetben esetében már ingadozik a jelentés: „Kenyérgabonából tilos éget bort vagy palyinkát főzni.”

Természetesen a gabonapálinka sem egészen új jelenség Magyarországon. Mátyás király egyik 1459-es leiratában elítéli, hogy egyesek „gabonából – mint mondani szokták – lombiktól fellengített bort gyártani merészkednek”. Az új típusú pálinkafajtát eleinte *crematum*, *crematura* névvel jegyezték.

A történeti-etimológiai szótár adatai között az első *pálinka*-előfordulás 1630-ból szerepel. Ugyancsak e helyen egy 1668-as adat szerint a pálinka még egyértelműen gabona alapanyagú szeszes ital: „az borsöpröből égett bort, gabonából, árpából pedig pálenkát főzessen”. A szó a nyelvtörténészek szerint közvetlen szlovák átvétel, tökéletesen megegyezik a szlovák *pálinka* szóval, a magyarból pedig átkerült a románba is (*palinca*). A szó észak felőli terjedését tükrözi látszik az a tény is, hogy Erdélyben a legutóbbi időig fennmaradt a pálinkára vonatkozó régi magyar szó, az *égettbor*, míg az ország többi részén a *pálinka* szó vált egyeduralmukodóvá, és a gabonapárlat jelentése hamarosan kiterjedt a gyümölcs- és borpárlatokra is. Ugyancsak tükrözi a gabonapálinka eredetét a *tótpálinka* kifejezés.

A harmadik alapvető égettszeszesital-fajta, a gyümölcspálinka kis késéssel, de a gabonapálinkával párhuzamosan tör utat Magyarországon. Zolnay László szerint a 15. század végén már megpróbálkoztak Budán a gyümölcspálinka-készítéssel, de ezt nem tudjuk más adatokkal alátámasztani. Az első, biztosan gyümölcspálinkára utaló adatot 1658-ból ismerjük. 1684-ben Thököly Imre számadásai között is egyértelműen szilvapálinkára való utalás szerepel: „néha szilvából is jó égett bort vagy pálinkát főznek, mikor ideje vagyon az gyümölcsnek.” Mátyus István 1787. évi följegyzéseiben a gyümölcspálinka újabb terminusai bukkannak föl: „Hallottam hiteles emberek felvetéséből, hogy mikor ennek a gyümölcsnek (ti. a szilvapálinkának – B. G) bő termése vagyon, könnyen készülhet Erdélyben ötvenezer veder szilva égettbor, vagy amint néhol hívják *Gugyi*, vagy mai tisztesebb neve *silvórium*.” A *gugyi* ~ *kogyi* egyébként már 1697-ben Debrecenben fölbukkan: „égettboros asszonyok által arultatni szokott égett borral összeelegyített rossz, haszontalan *kogyi* vagy pálinka”. A *gugyi* ~ *kogyi* szó néhol máig él, jelentése rosszabbodott; mindenféle rossz pálinkára használják (Balázs, 2003, 21–25).

Korhoz kötött fordulatok

A nyelvi változások sokrétűségét a frazeológiai egységek változása még inkább árnyalja. A nyelvben használt állandósult szókapcsolatok óriási mennyiségben őrizték meg a korábbi, gyakran már elfeledett hagyományt. Az egyik új helyesírási szótárból a következő szavak maradtak ki: általcikázik, apróbojtorján, áteresznyílás, autóbaba, bürge, ciklopsz, homlokbetű, légykő, lemezkályha, műékszer, névrag, normacsáló, úttörőotthon.² Számos alkalommal előfordul, hogy egy-egy szó, kifejezés értelme ma már nem világos mindenki számára.³

E példák alapján alkottam meg korábban a „korhoz kötött fordulatok” (Balázs, 2001, 132) terminust.

Leesett a tantusz?

Ahogy az állandósult szókapcsolatok esetében sem adunk (esetleg csak tréfából) a szó szerinti jelentésre, úgy kell eljárunk a „korhoz kötött” fordulatokkal is. Ezek vagy egészükben, vagy egy elemükben egy letűnt korszak emlékeit őrzik: a forgalomból kivont pénzfajtát, érmét, korábbi, „legendás” árák emlékét. Mint kortükröző elemek, továbbra is színesítik a stílust, s bizonyos megszorításokkal mai környezetben is használhatók. További

példák: *Nincs egy krajcárom se! Nincs egy fillérem se! Nincs egy lyukas kétfilléresem se! Lecsaplak, mint a taxiórát!* Szókapcsolatokban: *húszfilléres rajzlap; kettőnyolcvanas kolbász; háromhatvanas kenyér.*

Kifejtés: út és utca

Budapest egyik főútja (főutcája?) a Rákóczi út. Folytatása a rövidebb, de ugyanolyan széles Kossuth Lajos utca. Ennek folytatása a még rövidebb és szintén ugyanolyan széles Szabad sajtó út. Mi a különbség akkor az út és az utca között?

A legújabb értelmező kéziszótár szerint az út (ÉKSz. 2, 1397): „A szárazföldi közlekedés számára épített, nagyjában egyenletes szélességű sáv.” És azt is hozzáteszi: „nagyobb, forgalmas utcák nevében” pl. Rákóczi út.

Ám akkor miért nem út a Kossuth Lajos utca? Mi az utca specifikuma? A szótár szerint (ÉKSz. 2, 1399): „Városban, falun kisebb közlekedési útvonal, amelyet legalább részben házak (esetleg telkek) szegélyeznek.” Akkor tehát eredetileg és szótártanilag az út hosszabb, szélesebb, forgalmasabb „sávot”, az utca kisebb (rövidebb) közlekedési útvonalat jelöl.

De mi a hosszú és mi a rövid? Mi a nagy és mi a kicsi? Képes-e ilyen bizonytalanságok megragadására, tükrözésére a nyelv – jelen esetben az út és az utca megnevezés segítségével?

A budapesti Váci út és a Váci utca között igen fontos, és a szótári meghatározásnak megfelelő megkülönböztető jegy az utótag. A nagy, széles és hosszú Váci út a XIII. kerületben kezdődik, míg a keskeny, s ma már csak sétálásra igénybe vehető Váci utca a Belvárosban, az V. kerületben van. Az első természetesen a „belső” Váci utca volt, a város kiterjedésével jött létre a „külső”. Manapság többen összekeverik a kettőt, és óráig bolyonganak a városban.

Törvényszerűnek tűnik, hogyha egyszer valami út vagy utca lett, s közkeletűvé vált, a világ (a körülmények) megváltozása után nyelvi formáját aligha tudjuk megváltoztatni.

A jelentések változását, átrétegződését, és a mai köztes állapotot további példák mutatják. A Fiumei útnak az Orczy út a folytatása, mindkettő körülbelül ugyanolyan széles és forgalmas. Ám a legalább annyira széles és forgalmas Baross utca keresztezi őket! Budapesten tíz Baross utca van, kicsik és nagyok, rövidek és hosszúak, csak abban egyek, hogy mind utca!

Az Andrássy útról ugyanannyi sáv vezet tovább a József Attila utcába. Zuglóban pedig a Csömöri útnál hosszabb a Szugló utca. Nevezett utcát szinte kivétel nélkül utcák keresztezik, illetve egyetlen út, amely nem hosszabb és jelentősebb nála, illetve a többinél: a Cinkotai út.

Valaha persze létezhetett egy rendszer, amelyben az út a nagyobb, a forgalmasabb, az utca a kisebb, kevésbé jelentős volt. De azután a települések fejlődése megváltoztathatta az utak-utcák értékrendjét, főutcából mellékutca lett és fordítva, megjelölésük viszont maradt.

Bizonyára fonetikai okok (hangtani kötődés, „rögzülés”) is közrejátszanak az út ~ utca megnevezésekben. Aki egyszer megszokta a Kossuth Lajos utca dallamát, az aligha tudja elképzelni, hogy Kossuth Lajos út!

De más nyelvi (összetétel, frazeológiai jelenség) ok is beleszólt a keveredésbe. Az utat keresztező út a keresztút? Így aligha mondjuk, a keresztút ma inkább válaszut, illetve a Jézus szenvedéseit bemutató kép- vagy domborműsorozat. Az utat, utcát inkább a keresztutca keresztezi, akkor is, ha nevezetesen az éppen út. Tehát ha egy utat út keresztez, akkor azt

nem nevezzük keresztútnak, inkább keresztutcának. Merthogy az útnak a sarka sem útsarok, hanem utcasarok. Így utca lehet az útból.

Az is érdekes, hogy az útnak aligha van úttáblája, annak bizony utca- vagy utcanév-táblája van. Pl. „Kicsérélték az utcanévtáblákat a Thököly úton.” És ha még díszkutatokat és padokat is kitennének (a példa kedvéért) a Bartók Béla útra, akkor azok nem útbútorok, hanem utcabútorok lennének. Korábban a József utcában és a Tavaszmező utcában ácsorogtak az utcalányok, most a Thököly úton találhatóak, s ettől nem váltak útlányokká. Ahogy az utcaseprő sem lesz útseprő, ha véletlenül kitéved a Csömöri útra. Az útkarbantartó vállalat pedig nem utcakarbantartó. Tudvalévő, hogy úton is lehet utcabálat rendezni. Nincs utcaadó, utcadij, legföljebb útdadó vagy útdíj.

Vannak olyan utcanevek, amelyek egyaránt előfordulnak út és utca utótaggal (Thököly út és Thököly utca, Liszt Ferenc út és utca), mások csak egyetlen formában (Budapesten kilenc Kossuth Lajos utca van, hat Vas Gereben utca, számost Temető és Tompa utca, de egyik sem út – nyilván a már említett hangtani „rögzülés” törvényszerűségének megfelelően).

Tehát megállapíthatjuk, hogy ma már az út nem feltétlenül út, az utca pedig nem feltétlenül utca, hanem függetlenül annak földrajzi, városképi jellegétől lehet „a szárazföldi közlekedés számára épített, nagyjában egyenletes szélességű sáv” út is, utca is.

Kifejtés: földszint és emelet

A nyelvekben megőrződnek olyan régiségek, amelyeket megszokásból használunk, többnyire föl sem figyelünk rájuk, néha azonban félreértéseket okozhatnak. A vasútállomásokon mindannyian halljuk: „A vonat minden állomáson és megállóhelyen megáll.” Holott az állomás és a megállóhely közötti különbség egyre inkább elmosódik. A menetrendben például csak „állomások mutatója” szerepel. Köztük vannak a megállóhelyek is. No meg a pályaudvarok, a feltételes megállóhelyek stb. is.

Különösen szakszervezeti vezetők kedvelik ezt a megfogalmazást: „bérből és fizetésből élők...” Pedig ma már elég nehéz különbséget tenni e kettő között. Történetileg az állami alkalmazottaknak járt a bér, a munkásoknak a fizetés. Ha pedig megpróbáljuk a különbségtételt, akkor mi a helyzet a különféle támogatásból, járadékból, ösztöndíjból stb. élőkkel... A kifejezés frazémává vált.⁴

A mindennapi élet gyakori kifejezése: „ingyen és bérmentve...” Használjuk így is: „Én ingyen és bérmentve adok neked tanácsot.” Eredete a postai szolgáltatással kapcsolatos. Postai szempontból lehet különbséget támasztani az ingyenesség és a bérmentesség között, de a címezettnek csak az lényeg, hogy a levél ingyen jött. Vagy bérmentve.

A régebbi bérházaknak többnyire volt pincéje, földszintje, emeletje, esetleg padlása (tetőtér). De nem csak ezek. Merthogy Magyarországon – és talán még néhány szomszédos országban – kicsit elbonyolította történelem a lakóházak szintjeinek megnevezését. Egész biztos, hogy legalul van a pince. A szótár szerint (ÉKSz. 2, 1081): „Épületnek földalatti helyisége”.

De utána helyet kaphat, sőt a pince helyén is lehet egy másik szint, az alagsor, vagy más szóval a szuterén (ÉKSz. 2, 1290): „Alagsor”, egy másik szótár szerint: „a földszint alatti helyiségek szintje”.

Ezután következhet maga a földszint: az épületnek a föld „színével” nagyjából egy vonalban lévő szintje, tehát az a szint, ahol – többnyire – megközelítjük a lakóházat. Sok or-

szágban ez a földszint az első szint, másutt nulladik szint, nálunk többnyire földszint. Azt gondolnánk, hogy most már minden rendben, indulhat az emeletek számozása. Ám ez sokszor csak léha ábránd, mert találkozhatunk magasföldszinttel is (ÉKSz. 2, 854): „Többszintes épületben rendszerint az alagsor fölé épült, a földszint szokványos magasságát meghaladó szint”.

A bonyolultságot fokozza a nagyon sok helyen meglévő félemelet, amely egyébként semmiben sem tekinthető félnek (sőt nagyon sokszor az utcai szint magasabb volta miatt a félemelet két egyéb emeletnek is megfelel – mint a bölcsészkar korábbi, Piarista közti épületében). De mi a félemelet a szótár szerint? „A földszint és az első emelet közötti szint”. A meghatározás világos, de mitől fél a félemelet?

A megnevezési zűrzavar miatt sokszor gondba esünk. Szerencsétlen esetben már négy szintet megtettünk, azaz beléptünk az alagsorba, majd a fölmentünk a földszintre, majd következett egy magasföldszint, majd egy félemelet – és még csak azután következik az első!

Lift esetén további bonyodalmak adódnak ebből. Igyekszünk a második emeletre, de az nem a második, hanem a negyedik vagy az ötödik gomb. Vissza szeretnénk menni a földszintre, de a kijárat vajon a földszinten, a magasföldszinten, esetleg az alagsorban van?

De miért is alakult ki ez a bonyolult és többnyire nem következetes rendszer? Úgy tudom, hogy a régi („békebeli”) adózással függött össze. Az emeletes házakat az emeletek száma szerint adóztatták, s így a leleményes építészek alagsorral, magasföldszinttel és félemelettel váltották ki az emeleteket. Így van, vagy nem így, nem tudom. De érdekes nyelvi tükre a történelemnek, valamint jól mutatja a különféle szemiotikai rendszerek egymásra rétegződését.

Számozási rendszerek

A nyelvi rendszerek után különféle számozási rendszereket tekintek át. Ezekben még nagyobb szerepe van a spontaneitásnak, a helyi szokásoknak, a történeti változásoknak. A telefonszámok „hossza” az idővel egyre nő: kezdetben nyilván elég volt néhány számjegy, amely a 20. század második felére vidéken öt, Budapesten hat számjegyre kúszott föl. És természetesen megjelentek az „előszámok” (körzetszámok) is. Jelenleg a vidéki számok hat-, a pestiek hétjegyűek. A mobiltelefonok elterjedése már egy évtized alatt megsokszorozta a számokat, a korábbi hatjegyű számok hétjegyűekké váltak, sokféle tagolási mód terjedt el, az előhívószámok pontosan jelezték a szolgáltatókat. A „számhordozhatóság” bevezetésével ez az információ megszűnt, a mobiltelefonok száma előtt lévő 20-as, 30-as vagy 70-es szám ma már nem jelenti azt, hogy az illető melyik szolgáltatót hívja (hiszen korábbi számát az előhívószámmal együtt tovább viheti az ember). Ez a jelenség is jól mutatja, hogy egy korábbi tiszta, világos rendszer hogyan válik kevertté, kiismerhetetlenné.

A telefonszámok tagolását korábban a helyesírási szabályzat nem akarta meghatározni. Kialakult többféle „vállalati” tagolási rend, és a számok jellegéből adódó egyéni tagolás. Az új helyesírás már ad tanácsot erre vonatkozóan is.

258 456 vagy 258-456

321 1498 vagy 321-1498

06 52 321 448

00 36 1 221 1958

06-70/455-0498 vagy 06 (20) 203 5267

Illetve:

06 30 155 33 33 stb.⁵

A gépkocsik rendszámablájának feliratozása ugyancsak tükröz korszakokat, s a mai rendszer is öriz valamit a korábbi rendszerekből. Elvileg tovább él az, hogy a betű- és számkombinációk lineárisan előre haladnak (és a kombinációk száma fogy), de a buszok megjelölése például kötött, a taxik sárga alapú rendszámot viselnek, s a rendszert bonyolultabbá teszi az egyénileg kitalálható és megvásárolható rendszámok köre. Pl. FTC-001 vagy Emike 92.

A helyesírás megpróbált rendet teremteni a római szám:arab szám megjelölések dzsungelében is. A fő irányzat az, hogy a római számok visszaszorulnak (különösen a magasabb, ötven fölötti értékekben, hiszen radikálisan csökken azok száma, akik egyáltalán ismerik ezeket a számokat). A helyesírási ajánlások ellenére meglehetősen nagy a változatoság (összevisszaság) a könyvfejezetek, az iskolai osztályok, évszázadok megjelölésében. Például az ajánlások ellenére nem világos, hogy ha valaki II/a osztályba jár, az általános vagy középiskolát jelent-e. Ugyanis mindkettőt jelentheti.

A keltezés (dátumírás) a technikai eszközöknek (digitális óra) és az idegen nyelvi (írás) sajátosságoknak megfelelően sokféleképpen fejlődik; ma is sok változatban ismert.

1994. június 16.

1994. VI. 16.

1994. 06. 16.

1994-06-16

Kommunikációs gondot leginkább az élelmiszereken kötelezően feltüntetett szavatossági lejáratú időpont megjelölése okoz – ha a magyaros és a fordított idegen forma egyaránt érvényes időpontot mutat. Pl.

Minőségét megőrzi: 02.06.05.

A félreértések elkerülésére sok helyen feltüntetik: (nap, hónap, év); illetve, ha ezt elfelejtik, akkor a vásárló egyéb – világra vonatkozó – ismereteiből egészíti ki a hiányt. Pl. a kefir aligha tárolható évekig, tehát akkor nem 2002-re, hanem 2005-re vonatkozik a felirat.

Ma már végtelenségig elbonyolított (természetesen logikailag, etimológiai levezethető) az öltözködéssel kapcsolatos számrendszerek. Más rendszer szerint számozódik a fej-, az ing-, a nadrág- és a cipőviselő, ráadásul vannak európai és tengeren túli, de még egyéb szempont szerint (a mellbőségénél a férfiaknál 8 cm-t levonnak) is tagolt számozások. Egy-egy áruházban átszámítási táblázatokat találhatunk, de a számok jelentését többnyire nem ismerjük, azaz elmondható, hogy a számok jelentése nem motivált.

A fokozatok megjelölése a hétköznapi ember számára nem világos. Nem lehet tudni, hogy a fokozás a kisebb-nagyobb vagy éppen fordítva az nagyobb (jelentősebb)-kisebb (jelentéktelenebb) skála szerint halad-e. Pl. első fokú viharjelzés, másodfokú égési sérülés, harmadfokú árvízvédelmi készültség. Mégis ezeket a fokozatmegnevezéseket rendszeresen használja a média. A köznyelvben ugyanis az első a kiemelt, a kiváló, a harmadik a mellékes.

Az egyes embert azonosító számok világát ugyancsak mérhetetlenül elbonyolították. Korábban volt a személyi igazolvány-szám és a személyi szám (a kettő közötti különbségtel sem egyszerű), ezután adatvédelmi (!?) okból sokféle nyilvántartási számot vezettek be, amelyeknek még a megnevezése is állandó félreértések, kommunikációs zavarok forrása. Az adóazonosító jel és az adószám százezreknek okoz félreértést, s ha meg is jegyeznék, teljesen fölösleges, mert újabb és újabb számokkal bombázzák az állampolgárt: taj-szám, útlelészám, munkahelyi azonosító szám, bankszámlaszám (külön a vállalkozásnak), bank-

kártyaszám (furfangos PIN-kódokkal), azonosító kód, titkos kód, elektronikus aláírás (tulajdonképpen ugyancsak egy számkód), s mindez nem elég a hivataloknak, azért csak oda kell még írni, hogy anyja neve, születési ideje és helye stb.

A közlekedési számrendszerek olykor világosak, olykor áttekinthetetlenül bonyolultak. Magyarországon még van némi logika a főutak számozásában. A térképszemléletet és az óramutató járását mutatja a főutak 1-től 8-ig való számozása. A MÁV-vonalak és kisvasutak pályaszámozása rendszerszerű, és a szakembereknek sokat is jelent, de a vonalak ritkulása, a nyilvántartás módosítása a laikus számára kiismerhetetlen rendszert teremtett. Ez talán nem is baj, mert a laikus aligha szám alapján tartja „számon” a MÁV-vonalait, a fővárosi közlekedésben azonban érdemes lett volna rendet tartani vagy teremteni.

A budapesti villamosok számozása logikusan indult. A páros szám az egyik, a páratlan a másik céget jelentette. A villamosok számozása 1–69 közé esett a pályaszakaszok folyamatos kiépülésével. Azonban idővel egyes szakaszokat megszüntettek, másokat átalakítottak, összevontak, úgyhogy a rendszer mára tökéletesen összezavarodott. Ha Pest három nagy kereszt-, illetve körirányú villamosvonalát nézzük, akkor belülről kifelé haladva a 2-es jár a Duna parton, a 47-es és a 49-es a „kiskörúton”, a 4-es és a 6-os a Nagykerúton, az 1-es a Hungária (és egyéb) körúton, míg nemrég létrejött a külső (Nagy Lajos király út, Fehér út stb.) 3-as villamos. A villamosvonalak számozását olykor a politika is befolyásolta. A 33-as villamos állítólag a NOSZF (korábbi helyesírás alapján: Nagy Októberi Szocialista Forradalom) 33. évfordulóján, 1950-ben indult. Az 56-os villamos nem 1956-ról kapta számozását, mégis „provokációgyanús” lehetett.⁶

Köztudott a trolibuszok számozásának kialakulása is. A városi mitológia szerint azért 70-es az első pesti trolibusz, mert 1949. december 21-én, Sztálin 70. születésnapján indult útjára, mások ezt csak „belemagyarázásnak” tartják, s egyszerű okkal (a villamosok számozása 69-ig tart) magyarázzák a 70-est.⁷

Valóságos rejtvény az egyes IC-knek (Intercity) a helyszámozása. Pedig fontos dologról van szó. Egyes emberek szeretnek ablak mellett, menetiránnyal szemben vagy éppen négyes ülésen, asztalnál ülni. Az alapmintázat ma (a négyes ülésekkel tagolt elrendezésben) így néz ki (a rendszer az I. osztályból kiindulva érthető meg):

I. osztály

1	3	folyosó	5
2	4	folyosó	6

II. osztály

1	3	folyosó	7	5
2	4	folyosó	8	6

(És természetesen így tovább: 21, 31, 41... stb.) Vagyis ezek szerint az 1., 2. és az 5., 6. az ablak melletti ülés, míg a 3, 4. és a 7, 8. a folyosó melletti. Ha azonban a folyosó oldalt van, akkor az 1. és 2. ülés van az ajtónál, míg a 5. és 6. ülés van továbbra is az ablaknál.⁸ Valójában elképzelhető lenne egyszerűbb rendszer is, amelyben például a páros számok az ablakmellettséget, a páratlanok az egyéb üléseket jelölnék. Mint hamarosan látni fogjuk, a bal-jobb felosztást a házszámozások (többnyire) követik.

Kifejtés: házsámozásrendszerek

Ha egy új, ismeretlen címet keresünk,⁹ mindennapi tapasztalatunkat állítjuk hadrendbe, hogy a címet a lehető leghamarabb megtaláljuk. Edward T. Hall (1980: 151) szerint:

„Igen távolra mutat a helyes térbeli tájékozódás iránt érzett igényünk; végső soron létfenntartásunk és lelki egyensúlyunk függ tőle. Aki nem tud tájékozódni a térben: pszichotikus.”

Ezt a zavart mindennapi tapasztalataink megerősítik. Egy újságcikk szerint:

„Sokba kerülne, és rengeteg gonddal járna a lakótelepi házak kaotikus számozását megváltoztatni. Budapesten évente több tucat, újrászámozást kifogásoló panaszt bírál el a közüzgázgatási hivatal.”¹⁰

A budapesti utcák számozását egy 1989-ben hozott (még tanácsi) rendelet szabályozza:

„A házsámozás esetében nincs különbség fővárosi, illetve kerületi tulajdonú vagy kezelésű utca, út vagy éppen tér között. A házsámokat és az azokkal kapcsolatos változtatásokat minden esetben a kerületi jegyző állapítja meg.”¹¹

Az írásból egyértelműen kiderül a budapesti házsámozási rendszer (amelyet egyébként a jogászokon és önkormányzati tisztségviselőkön kívül eddig is csak a szemiotikusok méltattak figyelemre,¹² s egyetlen szó sem esik róla az oktatásban):

„Csegezi Andrásné szerint alapelőírás, hogy a Dunára merőleges utcák, utak számozása a folyóhoz közelebb eső pontjától kell kezdődnie. A Dunával párhuzamosak esetében a rendelet megkülönbözteti Budát és Pestet: e szerint előbbinél a számozás a Lánchídhöz közelebb eső, míg utóbbinál a Rákóczi úthoz közelebb eső végétől kezdődik. (Ez alól természetesen a körutak a kivételek.¹³) A tereken a számok az óramutató járásával ellentétes irányba nőnek. Ami pedig a páros és a páratlan oldalakat illeti, a számok növekvő irányában minden esetben az utca bal oldala a páros, jobb oldala pedig a páratlan számozású.”¹⁴

Persze probléma azért bőven akad. Ha a házak közötti üres telket beépítik, s annak korábban nem volt számozása, akkor „alátöréssel”, vagyis perjellel és betűvel oldják meg a számozást (4/a). Másik érdekesség, ha egy utcának csak egy beépített oldala van: ilyenek például a rakpartok, illetve a vasútvonalakkal kettéválasztott utcák (pl. a cinkotai Szabadföld út, amelynek a „páros” oldala Barátság út, vagy a Szuglói körvasút sor, amelynek a másik oldala Rákospalotai körvasút sor), akkor a számozás folyamatos: 1, 2, 3... (Ami a rendszerből „kilóg”, és meglehetősen sok zavar forrása.)

Bár a fővárosi szabályozás eléggé általános magyar megoldás, eltérések, kivételek bőven akadnak. Lássunk ezek bemutatása előtt egy nemzetközi összevetést:

„Minden európai rendszer az útvonalakat hangsúlyozza, amelyeket névvel is ellát; a japánok csak a keresztezési pontokra fordítanak gondot, és az útvonalakkal mit sem tö-

rödnek. Japánban csak az útkeresztveződéseknek van nevük. A házakat sem térben, hanem időben viszonyítják egymáshoz: felépülésük sorrendjében számozzák őket. A japán sémák a központ felé növekvő hierarchiát hangsúlyozzák; az amerikai várossterv jellege a külvárosok egyöntetűségében csúcsosodik ki, ahol utcahosszat semmi különbség az épületek között. Egy japán városrészben a környék első háza arra emlékezteti a 20-as házszám lakóit, hogy az 1-es számú házat építették először.”¹⁵

Több példa van arra, hogy a magyar rendszer sem következetes – még Budapesten belül sem (mint rögtön látni fogjuk), országosan pedig más rendszerek és keveredések is megfigyelhetők (még a japán rendszerre emlékeztető is, amely alapján mondhatjuk, hogy a mi számozási rendszerünk átmenet kelet és nyugat között). A budapesti házszámozási rendszert bonyolította a beépítettség, a telkek összevonása és szétbontása (Keresztúri út 7–9. vagy éppen 4/a.), az utcák átrendezése, a kerülethatárok megvonása, valamint rengeteg bonyodalmat okoznak a sarokházak, hogy akkor azokat melyik utca felől tekintjük és számozzuk, és különösen nagy zűrzavart okoztak az 1970-es évek lakótelep-építkezései, amelyek teljességgel felforgatták a városi utcák rendszerét.¹⁶ Szórványtelepüléseken (tanya, szemes település) nem is mindig van utca és házszám, ilyen helyeken sokszor a helyrajzi szám igazít el. Az említett újságcikk nyomán egy olvasó egészen különleges pesti jelenségre, az ötvenes évek hangulatát és beállítódását idéző „éberségi házszámra” hívja fel a figyelmet.

„Fiatalabbak kedvéért: a normális házszámozás célja az, hogy a megjelölt házat minél könnyebb legyen megtalálni. Az éberségi házszámozás célja ezzel szemben az, hogy az így megjelölt házat ne találhassa meg »az ellenség«, vagyis ne találják meg az imperialisták ügynökei”. Ahogy akkoriban egy lelkes szónok nyomán egymás között emlegettük: hogy abba a házba az ellenség keze ne tehesse be a lábát.

A Budapesti III. Kerületi Bíróság szép szocreál épülete [...] a Miklós utca 2. szám alatt áll. Már majdnem azt írtam, hogy a 2-es szám alatt található, pedig hát a dolog lényege éppen az, hogy nem található. Ennek érdekében ez a 2-es ház az utcának azon az oldalán helyezkedik el, amelyik páratlan oldalként indul. Ez a bal oldal. Az, hogy az utcának a jobb oldala a páratlan, csak Budapest régi 14. kerületére igaz. Óbudának, mint minden korábbi szatelit településnek, külön, saját rendje van a házszámozásban. [...] tehát a Miklós utca bal oldala az 1-es számmal kezdődik, majd jönnek szabályos sorban a további páratlan számok, egészen 15-ig. Akkor – tehát a 15. után – következik a bíróság, a 2. szám, majd a Máltai Szeretetszolgálat székháza, a 32. Ezután egy, a Miklós térről számozott iskolaépület jön. Az utca hátralévő kétharmadán már nincsenek házszámok, az ottani házak már mind a szomszédos utcákról számozzanak.”¹⁷

A bal : páros–jobb : páratlan rendszer elterjedt, de egyáltalán nem általános Magyarországon. Már a Budapesttel szomszédos Érdén sincs így, amelynek önkormányzati rendelete ekképp igazít el:

„14. § Házzámozással még nem érintett, utcanévvel elnevezett közterületen a számozás 1-gyel kezdődik és a számok kihagyás nélkül emelkednek a közterülethez csatlakozó utolsó belterületi földrészig.

a) A jellemzően vonalszerű közterület esetén (utca) a számozás növekedésének irányába nézve bal oldalon a páratlan, jobb oldalon a páros számokat kell alkalmazni.

- b) Egy oldalon beépített, jellemzően vonalszerű közterület esetén a számozás folyamatosan emelkedik (1, 2, 3 stb.) [...]
- c) Érd városközpont környezetében lévő, jellemzően vonalszerű közterület esetén számozása mindig a Polgármesteri Hivatal épületétől indulva emelkedő számozással történik. A város egyéb területein a Balatoni–Diósdai–Budai–Velencei–Fehérvári, valamint Bajcsy Zsilinszky–Iparos út két fő tengelyvonalától kifelé, emelkedő számozással történik az ingatlanok házszámainak megállapítása.”¹⁸

Tolna településen pedig egy egészen másfajta házszámzási rend van. A házszámok a bal oldalon kezdődnek, folyamatosan növekednek, majd az utca végén megfordulva visszajönnek.¹⁹ Így elképzelhető, hogy a 2-es számmal szemben a 117. szám található.

Ha ezek után szemiotikailag össze akarjuk foglalni a magyar házszámzási rendszert, annak fő jellemzőit a következőkben látjuk:

- a) az utcaszámozás meghatározott (de a lakosság számára rendszerint nem ismert) középpontból halad kifelé, ez egyben a település keletkezését, terjedését is mutatja,
- b) általában megkülönböztetik a bal és jobb oldali számozást, a páros és páratlan sorszámokkal, de a rendszer településenként eltérő,
- c) egyedi sajátosságok földrajzi okból (egy oldalon való beépítés), városrendezési okból (összevonás, „alátörés”), történelmi okból (éberségi házszám), esetleg valamilyen helyi szokás maradványaként alakulnak ki.

ÖSSZEFOGLALÁS

A dolgozatunkban felsorakoztatott nyelvi és számozási rendszerbeli példák jól mutatják a különféle szempontok, rendszerek és mintázatok keveredését. A történetileg létrejött, ám később összezavart, összekevert jelrendszerek sokszor okoznak kommunikációs zavart, nem segítik a tájékozódást, az eligazodást, a térbeli zűrzavar pedig bizonytalanságot, pszichotikus állapotot eredményezhet. Mindenkinek, aki egy meglévő rendszert megváltoztat, tudatában kell lennie az adott rendszer történetének, szabályszerűségeinek. A szemiotika tanít a művelődéstörténeti háttér, egyszersmind a rendszerszerűség megismerésére, alkalmazására. De szükség lenne további hálózat- és rendszerszervezési ismeretekre is.

Javasolható a szemiotikai rendszerekre való odafigyelés, illetve általában a szemiotikai kultúra, a szemiotika oktatásának a terjesztése, amely sajátos – ma még alig kidolgozott – „jelpedagógiai” feladat.

¹ A dolgozathoz, a gondolkodáshoz és az anyaggyűjtéshez nyújtott segítségért köszönet illeti a Bolyai Önképző Műhely hallgatóit, valamint Dede Évát és Vargha Márkot.

² A szójegyzéket Mártonfi Attilának köszönöm.

³ „Valamirevaló tizenöt-húsz éve szinte magától értetődőnek vette, hogy palánkjeggyel próbál bejutni a budapesti strandokra – ez többnyire sikerült is neki –, noha a hivatalos belépőárak nem vágtak húsba. A palánkjegy ma már nem megy annyira, sőt egyre kevésbé (sokan talán a szót sem ismerik)...” Bárkay Tamás: Alig ismerik a palánkjegyet. *Népszabadság*, 2004. 08. 09.

⁴ Egyelőre nem került bele a szólás- és közmondástárakba.

⁵ Laczkó Krisztina – Mártonfi Attila (2004): *Helyesírás*. Budapest, Osiris, 418–419.

⁶ Boros Géza: 56-os villamos. *Élet és Irodalom*, 2004. november 5., 26.

⁷ Uo.

⁸ <http://www.kfki.hu/~cheminfo/hun/teazo/miert/m01/121.html> 2004. 10. 04.

⁹ Szép szociológiai, antropológiai, kommunikációelméleti, egzozóval szemiotikai feladat lenne egy biciklis vagy pizzafutár, esetleg egy taxis faggatása a címekről.

¹⁰ Kálmán Attila: Kaotikus házszámozások. *Népszabadság*, 2003. szeptember 25. És: <http://www.nepszabadsag.hu/Default.asp?DocCollID=133795&DocID=117934>. 2004. 06. 04.

¹¹ Uo.

¹² Én Voigt Vilmostól hallottam róla először.

¹³ Azok ugyanis az észak-dél irányt követik. B. G.

¹⁴ Lásd 10. jegyzet.

¹⁵ Edward T. Hall, 1980, 152.

¹⁶ Kedvelt újságcikk volt egy időben, hogy a gyerekek, de a felnőttek sem találnak a haza a sok egyforma ház között, a házszámok pedig logikátlanul követik egymást. Aki járt már lakótelepen házszámot keresve, igazolhatja ezt. A házszámozás az épületek között sokszor megtörik, nem világos, hogy mi tekinthető a ház elejének vagy hátuljának stb.

¹⁷ Válas György: Éberségi házszám. *Népszabadság*, 2004. január 13. És: <http://www.nol.hu/cikk/142326> 2004. 10. 04.

¹⁸ Érd Város Képviselőtestülete 12/2000. (III. 21.) ÖK. számú rendelete az utcanevről és a házszám-tábláról, a házszámozás szabályairól. <http://195.56.110.181/doc/szervezes/rendelet.ns...> 2004. 10. 04.

¹⁹ <http://www.tolna.hu/modules.php2.name> 2004. 10. 04.

IRODALOM

Balázs Géza (1991): A magyar égetett szeszes italok történeti terminológiája és néprajzi összefüggései. In Hajdú Mihály – Kiss Jenő (szerk.): *Emlékkönyv Benkő Loránd hetvenedik születésnapjára*. Budapest, ELTE, 51–55.

Balázs Géza (2001): *Magyar nyelvhelyességi lexikon*. Budapest, Corvina.

Balázs Géza (2003): *Pálinka a közös nyelvünk*. Budapest, Állami Nyomda.

Benkő Loránd (1988): *A történeti nyelvtudomány alapjai*. Budapest, Tankönyvkiadó.

ÉKSz. 2 = *Magyar értelmező kéziszótár*. Második, átdolgozott kiadás. Főszerk. Pusztai Ferenc. Budapest, 2004, Akadémiai Kiadó.

Hall, Edward T. (1980): *Rejtett dimenziók*. (Második kiadás.) Budapest, Gondolat.

MNL. = *Magyar néprajzi lexikon*. 1–5. Főszerk. Ortutay Gyula. Budapest, 1977–1982, Akadémiai.

TESz. = A magyar nyelv történeti-etimológiai szótára. 1–3. Főszerk. Benkő Loránd. Budapest, 1967–1976, Akadémiai Kiadó,

Voigt Vilmos (1990): *Szemiotikai kultúra – a kultúra szemiotikája*. Debrecen, KLTE, Néprajz egyetemi hallgatóknak 4.

Tölgyesi János

ÚJSÁGÁRUSOK, ÚJSÁGOSSTANDOK

A városkép, a városi közterületek, utcák és terek szerves tartozéka az újságárusító építmény: stand, bódé, pavilon. Anélkül is, hogy történeti kutakodásba kezdենék, alighanem megállapítható, hogy ezek az építmények, újságárusító létesítmények a maihoz hasonló szerepben már a 20. század eleje óta jelen vannak a városi terekben. Az újságok terjesztésének jelentős szinterei, helyszínei, illetve egy összefüggő hálózatban működtetve a napilap és folyóirat-terjesztés, a példányonkénti eladás jelentős üzleti infrastruktúráját képezik.

Az alábbi összefoglaló egy nagyobb kutatás részeként íródott. A kutatást az Eneten közvélemény-kutató intézet végezte 2004 nyarán a Magyar Narancs megbízásából. Az újságárusító hálózat szerepét és lehetőségeit vizsgáló munkában interjúkat készítettünk újságárusokkal és helyszíni megfigyeléseket végeztünk az újságárusító helyek mindennapi működéséről, berendezettségéről, funkcionálásáról.

A MAI ÚJSÁGOSSTANDOK

Ha a fővárosban elhelyezett újságárusító utcai építményekről beszélünk, előljáróban meg kell említeni, hogy a főváros kezelésében lévő főútvonalakon a rendszerváltás óta körülbelül 2-3 alkalommal cserélték le egységes tervek alapján készített újságospavilonokkal a korábbiakat. A most látható és talán egy-másfél éve tervezetett és elhelyezett építmények nagyobbak és drágább megoldásúak, mint elődeik voltak, illetve azok, amelyek nem a fővárosi tulajdonú útszakaszokon találhatóak. Ezek a pavilonok nem mondhatók sikeres megoldásnak, ha a kialakításuk és az árusítóhely-funkciójuk összhangját vizsgáljuk. Túlságosan nagyok és hivalkodóak egyrészt a korábbi hasonló célú építményekhez, másrészt a funkciójukhoz viszonyítva is. Az újságárus egy meglehetősen elzárt, szeparált belső, szűkös térben tud csak elhelyezkedni, ahonnan csak a közvetlenül a közélébe lépővel tud kontaktusba kerülni. Túlméretezett, két oldalra kinyitható, kirakati célokat

* Köszönet a Magyar Narancs szerkesztőségének a publikáláshoz való hozzájárulásért.

szolgáló ajtószárnyakat terveztek hozzájuk. Ezeket, legalábbis belső oldalukat tele lehet rakni lapokkal, kirakat jelleggel. Azzal nem számolt azonban a tervező, hogy a kinyitott szárnyakon elhelyezett újságok már kikerülnek az árus látószögéből, tekintetének hatóköréből. Ennek az a logikus következménye, hogy a legtöbb árus nem nyitja ki teljesen a kirakati célú szárnyakat, hanem csak félig. Így egy meglehetősen furcsa, távolról értelmetlenül zárt térrész jön létre, amely melleleg indokolatlanul nagy és szokatlan helyet foglal el a járdából. Olyan abszurd szituáció is előfordul, mint a Körút és a Baross utca egyik sarkán, ahol a sarok épületben üzemelő vendéglő a nyári időszakra kitelepíti dobogókra épített leülőtéraszát, ezzel minden szezonban elfoglalja a járda majdnem felét. A járda másik felén felállított újságospavilon pedig a félig kinyitott ajtószárnyaival a másik oldalról foglalja el a járda közel felét. Így a mintegy 8 méter széles járdából alig egy méter széles „ösvény” marad a járókelőknek, a járda forgalmának lebonyolítására. Az nyilvánvaló, hogy az ilyen módon „funkcionáló” újságos elárusítóhely nemhogy vonzana vagy csábítana és megkönnyítené a vásárlást, hanem fölösleges akadályozó elemeket iktat közbe: az arra járóknak gyakran kell kitérniük a szembe jövők elől; mindenképp fokozott figyelmet kíván a rendkívüli módon összeszűkülő járdaszakasz, és ez a figyelem nem az újságospavilon kínálatára fordul.

Háttér-információként megemlítendő, hogy a Magyar Posta a közelmúltban és jelenleg is nagyobb ütemben privatizálta/privatizálja újságosstandjait. Ennek során sok, évtizedes tapasztalattal rendelkező újságárus vált munkanélkülivé, mivel megvásárolni nem tudta standját, az új feltételek mellett pedig magánvállalkozónál nem óhajtott dolgozni. Munkáját ugyanis hosszú időn keresztül meglehetősen önállósággal végezte. Ugyanakkor az új vállalkozó gyakran nem is akarta alkalmazni őket – inkább családtagot vontak be az árusításba. Ennek kettős haszna volt: egyrészt a családtagban jobban megbíznak, másrészt újabb családtagot lehetett munkához, keresethez juttatni.

AZ ÚJSÁGVÁSÁRLÁS SZITUÁCIÓJA

Az újságárusítás helyszíne és a vásárlási szituáció maga is meglehetősen sajátos és különbözik más termékek (pl. élelmiszerek, könyvek, virág stb.) vásárlási szituációjától. Az újságosstand nem egy zárt bolthelyiség, ahová be lehet vagy be kell menni. Legtöbbször egy – viszonylag – gazdag kínálattal, kirakattal az utca felé tárulkozó, félig nyitott, félig zárt hely, ahová azonban a vásárló nem megy be, hanem csak megáll előtte. Amíg kapcsolatba lép az eladóval, néhány pillantást tud vetni a kínálatra, elkap egy-egy feltűnő képi benyomást, esetleg tekintetével megkeresi kedvenc lapját. Ha az újságárus nem tudja azonnal átnyújtani a kért lapot, és esetleg a még vásárolandó többi is összekeresi, addig a vásárlónak adódik néhány másodpercnyi ideje. Ha ekkor olyan kirakatrészlettel találja szemben magát, amely szokatlan, vagy vonzó lehet a számára, akkor előfordulhat, hogy belelappoz olyan újságokba és lapokba is, amelyeket esetleg korábban nem vagy csak futólag ismert, vagy rákérdez valamelyikre. Ez a rövid idő csak arra lehet elég, hogy egy ismeretlen lap vonzó címlapja vagy a címlapon látható kiemelt címsor felhívja a figyelmet magára.

Vannak olyan szituációk, amikor egy ilyen „találkozás” elegendő arra, hogy a vásárló újabb lapot vegyen meg és esetleg rendszeres vásárlóvá váljon. Ilyen helyzet lehet pl. a pályaudvarok környékén a hosszabb utazásra készülők „útravalójául” szánt lap és folyóirat

vásárlása. Ez az a szituáció, amikor a várható utazás időtartamához mérten nagyobb mennyiségű olvasnivalót is hajlandók egyesek megvenni, és azután később, az utazás után, esetleg már mint „könyvpótló” olvasnivalót olvassák a megvásárolt lapokat, folyóiratokat.

AZ ÚJSÁGÁRUSOK

Az újságárusok fontos közvetítő kapcsot képviselnek abban a láncolatban, amelyben a lapszerkesztőségekben létrehozott tömegkommunikációs „termékek” a végső fogyasztókhoz jutnak el. A lapok és folyóiratok egyes számai tekinthetők tömegtermékeknek, és ilyen értelemben érvényes rájuk a piaci logika diktálta piacmegdolgozás gyakorlata, igénye és módszerei, kezdve a reklámkampányoktól a PR-módszereken át az árak és a kereslet szabályozó mechanizmusaiig. Másrészt a lapok és folyóiratok sajátos kommunikációsüzenet-csomagok és kulturális termékek is. Ebben az értelemben a terjesztésükkel, eladásukkal foglalkozóknak sajátos felkészültségre, ismeretekre és készségekre lenne szükségük a tevékenységük sikeres végzéséhez. Az újságárusítás hagyományosan is egy kialakult szakma, de hagyományosan is sokkal lazább szakmai ismeretekkel és normákkal, valamint nagyobb arányú fluktuációval, mint amilyen, pl. a pincérek, felszolgálók csoportjában szükséges, illetve megfigyelhető. A szükséges ismeretek és készségek is hasonlítanak a két csoportban, az alapvető tájékozottság, politikai, kulturális ismeretek, a kínált termékek ismerete és jelentős emberismeret szükségeltetik hozzá.

Azt mondhatjuk, hogy az újságárusokkal készített interjúkból a fent vázolt követelmények vonatkozásában meglehetősen vegyes kép rajzolódik ki. Alapvetően kétféle újságárust lehet megkülönböztetni, az egyik maga a tulajdonosa az újságosstandnak, míg a másik típus alkalmazott, bérlő, vagy épp alkalmi munkavállaló. A tulajdonosok között gyakori a nemrég ebbe a tevékenységbe belefogott kényszervállalkozó – ez annak ellenére igaz, hogy gyakran „protekció” kellett egy-egy forgalmasabb helyen lévő stand megvásárlásához. Ezekről az emberektől nem várható el, hogy ismerjék a kínálatukban előforduló valamennyi lapot, ismerjék a vásárlóközönséget, és hogy alkalmanként egy-egy vásárlónak ajánljanak is az illető egyéniségéhez, ízléséhez, politikai világgépéhez illeszkedő olvasnivalót.

Az újságárusokkal készített interjúk összesítéséből kiderült, hogy jelentős számban vannak közöttük egyedül élők, akár mert már megözvegyültek, akár pedig azért, mert a családalapítás előtt vannak. Jelentős azok száma is, akik valamilyen kényszer hatására kezdtek ebbe a foglalkozásba, mintegy átmeneti megélhetési formának tekintették, aztán utóbb megkedvelték, és tartósan megmaradtak árusnak. Ilyennek kell tekintenünk pl. azokat a tanulókat, akik a tanulmányaik végzéséhez szükséges pénz előteremtésére vállalnak újságárusítást. Többen számoltak be arról, hogy az újságárusítás mellett szinte nincs is szabadidejük. Hobbiként – inkább a fiatalok – valamilyen sportot, kerékpározást, túrázást, korcsolyázást emlegettek, focizás és labdajátékok is szóba kerültek. Az újságárusok kulturális érdeklődésének, műveltségi profiljának megrajzolásához érdekes adalékkal szolgálnak azok a válaszok, amelyekben felsorolták, hogy milyen lapokat olvasnak szívesen, melyek a kedvenc lapjaik. Meg kell állapítani, hogy nagyon sokféle lapot soroltak fel, ismeretlen magazinokat, amelyeket nyilvánvalóan nem vennének meg és nem lapoznának fel, ha nem

lenne ráérő idejük az újságosstand kirakata, gazdag kínálata mellett. Ezek jelentős részben életmóddal, lakáskultúrával, főzéssel, egészséggel foglalkozó magazinok. Természetesen vannak közöttük sportlapok, női magazinok és politikai-gazdasági folyóiratok is. Nem mutatható ki azonban egyetlen domináns magazin- vagy folyóirat-olvasmány, mint amilyet a napilapolvasókkal készített csoportos beszélgetések, a fókuszcsoportok résztvevői körében regisztráltunk. Az olvasott napilapok jelzik az újságárusok politikai szimpátiáját, ez nagyjából a konzervatív értékek és a jobboldali pártszimpátiák irányába mutat.

MIÓTA ÁRUSÍT, JÓ VAGY ROSSZ ÁRUSÍTÓ HELY-E AZ ÖVÉ?

Az újságárus munkáját leginkább befolyásoló körülménynek lehet tekinteni azt a városrészt, közelebről azt a mikrokörnyezetet, ahol az árusítóhely található. A sikert ezen túl nagyban befolyásolhatja az árus gyakorlata, személyisége is. A válaszokból kitűnik, hogy alapvetően kétfajta árust lehet megkülönböztetni aszerint, hogy milyen régóta végzi munkáját. Az egyik csoportot kezdőnek lehet tekinteni, ők azok, akik egy éve vagy ennél valamivel hosszabb ideje árusítanak. Ha ide soroljuk azokat is, akik még nem töltöttek el a szakmában három évet, akkor azt mondhatjuk, ők alkotják a többséget. A fennmaradó hányad fele 4–6 éve dolgozik árusként, őket gyakorlottaknak nevezhetjük. A másik, körülbelül negyedrészt pedig már hosszú ideje áll a stand mellett, 7–10, egy esetben 20 éve.

Saját megítélésük szerint az árusítóhelyek egy részét átlagos forgalmúnak minősítik, de jelentős azok aránya is, akik kiválónak, nagyon jónak tekintik az árusítóhelyüket, nyilván annak frekvenciát elhelyezkedése, valamint a vásárlóközönség jellemzői alapján. Ezt az eseti, alkalmi vevők (pl. állomás közelében) és szezonális vásárlók (pl. diákok) számával, illetve a törzsvevők arányával lehet jellemezni. Ezekről a tényezőkről néhány interjúban tettek is említést, elsősorban olyan vonatkozásokban, hogy mikor miért ingadozik a vásárlási kedv, mikor csökken vagy ugrik meg a forgalom. Nyilvánvaló, hogy lényegesen befolyásolja a munkát és a sikeresség megítélését is, hogy az illető tulajdonosa-e vagy csak bérlője, esetleg csak alkalmazott az árusítóhelyen. Ezekről a tulajdonviszonyokról, illetve alkalmazotti beosztásról is vannak adataink, de további összefüggéseket a munka végzésére, illetve annak sikerességére nehéz kibogozni belőlük. Néhány idézet szemléltetheti a tipikus körülményeket.

„Boltvezető vagyok, a társammal üzemeltetem a boltot. Szerintem jó a forgalom” (Budapest, EMKE aluljáró).

„Lassan egy évre alkalmazottként dolgozom. Nem volt más, azért lettem újságárus. Megszokott, állandó törzsvevőim vannak, így átlagosan lehet újságot eladni” (Budapest, Klauzál tér).

„Régen 3 évig voltam újságárus, aztán másfelé kalandoztam, aztán jött a család és megint az újságárulás következett, a nyugodt élet céljából” (Budapest, Nyugati tér).

„Első szülésem után kerültem ide, egészen véletlenül, újsághirdetés útján találtam ezt az állást, 2001-ben. Bérlője vagyok ennek az üzletnek, ahol szerintem kimondottan jól lehet eladni újságot, nagyon frekvenciát helyen van” (Szeged 1).

„Szeptember óta foglalkozom ezzel. Azért, mert tanulok, s magamat el kell tartanom; ahhoz, hogy a tanulmányaimat el tudjam végezni, kell, hogy dolgozzak. Ezen a helyen kezdtem el dolgozni, nem is dolgoztam eddig máshol. Alkalmazottként dolgozom itt. Ezen a helyen nagyon jól lehet eladni újságot, nagyon jó forgalmú hely, frekvenciát, nagyon sokan vannak. Egy nap átlagosan négy-ötszáz embert szolgálunk ki” (Szegec 2).

A FORGALOM JELLEMZŐI

Az újságárus szempontjából a sikeresség mércéje az, hogy milyen a forgalom, mennyi újságot sikerül eladnia. Több kérdéssel is igyekeztünk körüljárni azt, hogy hogyan is érzékelik a forgalom változásait, milyen tényezőket, körülményeket látnak, amelyek befolyásolják a sikeres eladásokat. Ennek megfelelően kérdéseink az iránt érdeklődtek: Hogyan változott a forgalom az utóbbi egy-két évben? Minek tulajdonítja a változást? Mi szerint hullámzik a forgalom, köthető-e valamilyen eseményhez, egyéb körülményhez? Befolyásolja-e az eladhatóságot, hogy melyik napon jelenik meg egy lap?

A válaszokban sokféle érdekes érv és magyarázat került elő. Többen állapították meg, hogy az utóbbi időben növekedett a forgalom. Ezt azzal magyarázták, hogy ők kedvesebbek a vevőkhöz, de azzal is, hogy nőtt a „hírérség” az emberekben. Máskor az újonnan megnyílt nagyáruház elszívó hatását érzékelik.

„Egyértelműen nőtt a forgalom. A bolt kialakítása a többi boltnál igényesebb. Jól csináljuk, kedvesek vagyunk a vevőkhöz” (Miskolc).

„Az elmúlt egy évben megkedveltek a vásárlók, szépen növekedett a forgalom. Az utóbbi hónapban egy kissé csökkent, az új nagyáruház az alkalmi vásárlók egy részét elszívja” (Pécs 2).

A felgyorsult élettempónak is tulajdonítanak olyan hatást, amely növelheti a vásárlási kedvet a tájékozódás, az eligazodni akarás fokozatos kielégítésére.

„Nőtt, ezt annak tulajdonítom, hogy az emberek élete egyre gyorsul, minden pörög, és ehhez alkalmazkodnunk kell” (Budapest, Nyugati tér).

Másrésztől megállapítják, hogy a növekvő, gyakran csak rövid életű lapokból álló kínálat nem tesz jót a vásárlási kedvnek.

„Az alkalmanként a kijövő új újságok rontják (a forgalmat), hiszen azokból megveszik az első két számot, aztán soha többet” (Budapest, Munkás u.).

Egyértelműen érzékelik a szezonális ingadozásokat a keresletben. Ugyanígy racionális okokkal magyarázható csökkenés, illetve növekedés áll a nyári vakációk idején bekövetkező vásárlási kedv csökkenésben, az egyetemisták, főiskolások nyári hazautazásakor mérséklődő eladásokban. A pályaudvarok közelében a nyár a megnövekedett turistaforgalmat és ezzel új vásárlói rétegeket is jelenti.

„Folyamatos a forgalom. Megvannak a gyengébb hónapok: január, február, március és a legjobb hónapok: nyár és december. Nyáron, a pályaudvaron a turizmus nagyobb. Télen, decemberben a karácsony miatt jobb az eladás” (Budapest, Déli pu.).

A hónap végére csökken a vásárlásra fordítható pénz, ez meglátszik az újságosstandok forgalmában is. Ennek azonban az ellenkezője is igaz lehet.

„Általában a drágább újságok fizetési időszakot követően nagyobb darabszámban fogynak, az újságok is ilyenkor mennek jobban” (Budapest, Bécsi u.).

A hét napjai sem egyformák, a hét végére több újságot vásárolnak az emberek. Van, akik egyenesen azt hangsúlyozzák, hogy ha rajtuk múlna, akkor a hét ezen vagy azon a napján adnának csak ki hetilapot (ilyen megemlített napok a kedd, illetve a csütörtök). Nyilvánvaló, hogy nem teljesen egyforma a „jó napok” eloszlása az egyes elárúsítóhelyeken, és a kedvező forgalom megítélésében is lehetnek egyéni eltérések az árusok között. Olyan interjúalany is akadt, aki a hét néhány napjához kötötte bizonyos lapok, lap típusok eladását.

„Igen, szerdán a női magazinok, csütörtökön a politikai újságok a kelendőbbek, hétfőn csak a napilap fogy, egyébként kisebb, elenyésző a forgalom” (Budapest, Déli pu.).

Az ünnepek, a különleges alkalmak és a szenzációs események ugyancsak növelik a vásárlási kedvet. (Karácsony, olimpia, virágkarnevál, focimeccsek, kormányváltás, de szeptember 11-et is megemlítették.)

Megállapítható, hogy az árusok szerint az emberek tudják, hogy kedvenc hetilapjuk a hét melyik napján jelenik meg, és ekkor keresik, ekkor akarják megvenni. És ha ez a hét vége előtt jelenik meg, akkor könnyebb eladni:

„Amelyik pénteken vagy csütörtökön jelenik meg, az jobban megy, mert hétfővégre az emberek jobban vásárolnak” (Szeged 2).

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy azok, akik érdemi választ tudtak adni arra a kérdésünkre, hogy az utóbbi egy két évben változott-e a forgalom (legalább ennyi ideje dolgoznak árusként) gyakran válaszolták, hogy lényegében nem változott. Ez jelentheti azt, hogy a kicsiny változásokat – néhány százalékos növekedést vagy csökkenést – nem érzékelték az árusok, a kereslet struktúrájának módosulását (amit a statisztikai elemzések kimutattak) sem tapasztalták, de jelentheti azt is, hogy az adott helyen valóban nem változott a vásárlás volumene, összetétele és időbeli eloszlása sem.

A válaszok szerint vannak kedvezőbb időszakok, amikor több a vásárló. Ezek például a fizetés utáni napok. Ez azonban azt is mutatja, hogy bizonyos lapfajtákat nem mint rendszeresen megjelenő periodikákat vásárolnak az emberek, hanem mint egyedi szórakoztató termékeket, ahogy mozijegyet vagy könyvet is inkább vesz az ember, ha több pénz csörög a zsebében. Ebben a vásárlási típusban a csomagolásnak kiemelkedő szerepe van. A folyóirat címe pedig nem több mint márkajelzés, arra jó, hogy egy esetleg ismerős terméket vásároljunk meg – ha azt éppen kedveljük úgy általában. A vásárlóközönség megcsappan nyáron, a szabadságok idején, vidéki nagyvárosokban, amikor a tanév véget ér, és amikor a diákok elutaznak, hazamennek – ugyanakkor a pályaudvarokon az utazásokkal, a turistaforgalommal együtt megnő. Észlelhetőek szezonális ingadozások is, és a hét napjain sem egyenletes a forgalom. Nagyobb ünnepek előtt megnő a vásárlási kedv. Az árusok általános tapasztalatai és megítélése szerint azonban nincs hatása annak, hogy a hét melyik napján jelenik meg egy lap, bár van, aki hangsúlyozza, hogy ő csak csütörtökön vagy pénteken jelentetne meg lapot – mások viszont azt hangsúlyozzák, hogy minden jelentős lap ekkor jelenik meg a standokon. Az emberek általában tudják, hogy mikor jelenik meg kedvenc hetilapjuk, és akkor keresik a standoknál.

HOGYAN BEFOLYÁSOLJA A ÚJSÁGOK KARAKTERE A KERESSETTSÉGÜKET?

Egy lap kedveltségében és így eladásában is nyilvánvalóan a leglényegesebb tényező annak megjelenési formája és a belső tartalma. Ezt a problémakört az újságáros interjúalanyainktól először úgy próbáltuk megtudakolni, hogy azt firtattuk, mely lapok külső megjelenésében, formai megoldásaiban észleltek változásokat az utóbbi időben, és ezek a változások szerintük hatással voltak-e ezen lapok eladására. Egyáltalán, érzékelték-e a változásokat a vevők, az olvasók? Ez utóbbi kérdés már távolabbra vezet, hiszen az újságárosoknak, mint az az interjúkból többször is kiderült, csak kevés és esetleges vásárlói visszajelzés áll rendelkezésükre. Nem ők tehát a kompetens forrás, ha ezekre a kérdésekre keressük a választ. Sokféle, majdnem ismeretlen, drága lapokat is felsoroltak, amelyek kísérleteztek, kísérleteznek a formai változásokkal. De felsoroltak közismert lapokat és folyóiratokat is, amelyek csak kevés változással rukkoltak elő, mint pl. a HVG, a 168 Óra vagy a Népszabadság. Egyes árusok szerint a vásárlók észrevették ezeket a változásokat. Az egyik vélemény szerint ha a formai változás túl nagy, akkor a vevők gyakran zavarba jönnek, ha azonosítaniuk kell a lapjukat: vajon még ugyanazzal a lappal állnak szemben, vagy pedig egy új lapról van szó?

„A Tina változott most külsejében most utoljára, aztán az Uhu, ez egy rejtvényűjság, többre nem nagyon emlékszem. Amikor megváltozott a külseje a lapnak, a vásárlók nem tudták, hogy most ez ugyanaz a lap-e, mint amit ők szeretnek vásárolni. Volt, aki nem tudta, és tőlem kérdezgette. Megszokták a régit. De szerintem nem kelt el belőle több, mint előtte” (Szeged 2).

A kicsiny változások és ambivalens változások nem befolyásolják a lap eladhatóságát. Néhány egyértelmű, jól észlelhető változás azonban segíthet az eladásban, ilyenként említik a 168 Óra, a Heti Válasz változásait.

MILYEN ÚJSÁGOKAT NEHÉZ ELADNI?

Ere a kérdésre többféle válasz is adható. Az egyik a tartalom, a „műfajok” felől közelít, a másik inkább a feldolgozás milyensége (mélysége, elemzési szintje) felől. Az első szempont szerint nehéz eladni az irodalmi lapokat, a szexlapokat, a politikai-gazdasági lapokat. A második szempont szerint nehéz eladni az elemző, mélyebb összefüggéseket igényesen bemutató lapokat.

„Nehéz eladni az irodalmi lapokat, a mélyebb gazdasági fogalmakkal foglalkozó lapokat. Az átlag ember fogékonysága ezekre alacsony” (Miskolc).

Nehéz eladni a drága lapokat, és azokat, amelyek csak kicsiny rétegigények kiszolgálására készülnek. Nehéz eladni az ismeretlen, gyakran rövid életű lapokat.

„Nehéz eladni a Manager, Receptklub magazint, mert ezek drágábbak, és nem az van benne, amit várnak a vevők, nem lehet eladni, én legalábbis nem tudom eladni” (Debrecen 2).

„A Gyöngy jut elsőre eszembe, de van még egy-kettő ezen kívül. Az átlagembernek nem tartalmaz olyan információt, amely őket érdekelheti” (Debrecen 1).

„Nehéz eladni a gazdasági lapokat, pl. Diplomatic Trade. Ezek elég drágák is. A Szalon című lap sem fogy. A Mister lap túl drága, talán ha kettőt eladtam a 2,5 év alatt” (Budapest, Ferenciek tere).

Egyesek szerint a CD- vagy DVD-melléklettel megjelenő lapokat nehéz eladni, mások szerint ezek kelendőek, különösen a számítástechnikai magazinok, még ha az áruk 1500–2000 Ft körül van, akkor is.

Vannak az árusok számára érthetetlen vagy megmagyarázhatatlan fejlemények is. Ilyen pl. a Tallózó korábbi keresettségének gyors csökkenése:

„A Tallózó, amit korábban elkaptok, és mostanában már annyira nem. Nem tudom, mi lehet ennek az oka, mert nem kommunikálunk a vásárlókkal, és nem jön visszajelzés arról, hogy miért nem veszik meg” (Szeged 2).

A reklám szerepéről csak nagyon vázlatos véleményük van az árusoknak, szóba került, hogy vannak vásárlók, akik a tévében látott címlap vagy reklám alapján kéri, keresik valamelyik lapot.

MENNYIRE VAN SZABAD KEZE AZ ÁRUSNAK, HOGY MIBŐL MENNYIT RENDEL?

Az újságárusok nagy része megemlítette, hogy az árusításra rendelkezésre álló lapkészlet összetétele nem tőle függ. Léteznek korábban kialakított arányok, és a megyei, területi hírlapelosztó, lapterjesztő vállalkozások határozzák meg, hogy miből mennyit küldenek egy-egy árusítóhelyre. Ugyanakkor kis részben van beleszólásuk az árusítóhelyek üzemeltetőinek is; ha valamely lapból többet szeretnének kapni, azt aránylag könnyen elérik. Bár vannak nagyon kelendő magazinok, amelyekből bevallásuk szerint bármennyit el tudnának adni, de nem kapnak eleget. A helyzetet jól összegezi az alábbi idézet.

„Központi elosztás van, itt az Északhír Rt. a gazda. A darabszámot csak növelni tudom, csökkenteni nem lehet. Jól eladható a HVG, a 168 Óra, a Heti Válasz. A HVG eladható, a 168 Óra visszaesett. Többet is el tudnék adni a Modern Keresztöltés, a Prima konyha magazinokból” (Miskolc).

A pluszpéldányok rendelésével azonban csak csinján bánnak, mert visszamondani általában nem lehet a megrendelt pótlólagos példányokat. Ha nem sikerül eladni valamit, annak nincs következménye, visszaszállítják a kötegeket.

Amikor kissé erősebben fogalmazott kérdéssel rákérdeztünk, hogy milyen lapokat „sónak” rájuk, akkor derült ki, hogy sokféle, drága és érdektelen lapot is kapnak, amelyek jelentős részben bontatlanul, remittendaként kerülnek vissza a kiadóhoz.

„A Manager Magazinból sok megmarad, érintetlenül visszaküldöm. A Mister, Stílusból is sokat kapok” (Székesfehérvár).

„Kb. 10 félélet küldenek olyat, amit nem tudok eladni, – ezek a gyerekkifestők, a DVD-mellékletű újságok” (Miskolc).

„Nagyon sokfélét, körülbelül 2 millió forint értékben. Nem tudom hányfélét, sokfélét: Poplife, a Manager Magazin, a Tranzit Magazin, a Budapesti Lap” (Budapest, Déli pu.).

„Nagyon sok megmarad például a Receptklub Magazinból, ez egy új újság, talán a harmadik szám jelent meg. Drága is szerintem, és nem is jó. Két köteggel küldenek, de vissza is küldök másfél köteget, mert nem viszik. Két köteg az ötven darab, egy-másfél köteget visszaküldök egy hónap múlva” (Szeged 2).

A RIKKANCS: KIHALT ÚJSÁGÁRUSÍTÁSI MÓD

Az újságárusításnak egy sajátos módja volt, egyértelműen mondhatjuk, hogy csak az volt, a hangos ajánlat, a rikkancsszerep. Az interjúalanyok szerint mára ez a fajta ajánlat vagy reklám megszűnt. A legtöbben arra hivatkoznak, hogy nem divatos, korábban is csak egy-egy lapot, különkiadást árusítók éltek vele. Az árusnak át kellene néznie a lapok tucatjait, ki kellene emelnie a blikkfangot, ma már ez nem divat – de nem is lehetséges a sokfajta lap miatt, valamint az erős utcai háttérzaj miatt sem. Azt is igényelné, hogy az árusok kijöjjenek a bódéjukból. A bulvárlapok címsorai néha annyira blőd szövegek, hogy a józan ítélőképességű árus ezeket nem is használhatná a hagyományos értelmű rikkancsszöveggént. Az egyéb érvek között olyanokat sorolnak, hogy az övük önkiszolgáló üzlet, a vásárló válogathat, beleolvashat, eldöntheti mindenfajta ajánlat nélkül is, mit akar megvenni. Másik helyen pedig az az érv, hogy az újságosstand egy nagyáruházon belül van, ott amúgy sem lehetne hangoskodni. A legfrappánsabb megfogalmazások:

„Nem szoktam, nem divat” (Szombathely).

„A rikkancsok kihaltak, röviden tömören” (Budapest, Munkás u.).

Ezt tudomásul kell vennünk: eltűnt egy érdekes színfolt, ami a korábbi nagyvárosi utca jellegzetessége volt. Régi filmekben még találkozhatunk a rikkancssal, erőtlen utódokként maradtak az aluljárókban néha tömegesen olcsó virágot, zöltséget kínáló folyamatos, hangos kántálásaikkal.

ÚJSÁGAJÁNLAT, SZEMTŐL SZEMBE SZITUÁCIÓBAN

Elözetesen úgy véltük, hogy a vásárlók megnyerésének hatékony módja lehet, hogy az újságárusok egy-egy irányított kampány keretében ajánlanak olvasni való lapot a határozatlan szándékú vásárlóknak, vagy a törzsvevők azon körének, akik hasonló karakterű sajtótermékeket vásárolnak, mint amilyenek a Magyar Narancs is tekinthető.

Az interjúkból azonban egyértelműen kiderült, hogy ez a fajta gyakorlat még az olyan helyszíneken is meglehetősen ritka, ahol egy helyen már régóta árul ugyanaz az árus, viszonylag jól ismeri a vásárlóit és nem mondható tájékozatlannak a lapok és folyóiratok tartalmát, jellegét és arculatát illetően sem. Amellett azonban, hogy a lapkínálat annyira nagy, hogy ténylegesen nem ismerhet minden lapot az újságárus, egyszerűen ma olyan az újság-

vásárlási szituáció, hogy az emberek az esetek legnagyobb részében rohannak, személytelené vált a kapcsolat, a lehető legrövidebb időre korlátozódik az újságosstandnál eltöltött idő. Az újságosnak nincs is lehetősége és a vásárlók legnagyobb részének nincs is igénye arra, hogy néhány szót váltson az áruval, vagy az ajánljon neki valamit. Ha ritkán előfordul ilyen helyzet, akkor annak oka, hogy egy keresett lap elfogyott, és a vásárló pár pillanatilag eltövézlik, hogy most épp mit tegyen. Ekkor azonban nagyon kényessé válhat a szituáció, mert ha az árus nincs kellően felkészülve, akkor olyan lapot ajánlhat, ami nemhogy növelné a bizalmat és a vásárló elégedettségét, hanem épp az ellenkező hatást váltja ki. Több interjúalany számolt be arról, hogy amikor előfordult ilyen szituáció, akkor egyfajta, számára előnyben részesített lapot ajánlott (pl. a Magyar Nemzetet). Az ajánlat független volt attól, hogy épp milyen lap helyett ajánlotta azt, vagy kellett volna ajánlania helyettesítő másikat. Jellemző esetként lehet említeni azt, hogy az egyszerűség kedvéért a lapok címének hasonlósága alapján ajánlanak lapokat az árusok – pl. ha a „magyar” szó szerepel a címben, akkor a Magyar Nemzet, Magyar Fórum, Magyar Narancs egymásnak alternatívája lehet – különösen a közéleti témák iránt tájékozatlanabb árusok körében.

Többen hangsúlyozták azonban azt is, hogy nem célszerű ajánlani vagy kommentárokat fűzni a lapokhoz, hanem inkább semleges pozíciót kell elfoglalni a vevőszám maximalizálása érdekében, mert a sokféle lap és sokféle vásárló esetében nagy lehet a tévedés lehetősége. A közéleti-politikai lapok esetében különösen nem tanácsos az ajánlgatás – legfeljebb a hasonló jellegű női lapok, életmódmagazinok esetében történik meg, hogy egy-egy elfogyott vagy még meg nem érkezett lap helyett másikat ajánlanak. Ezek ugyanis egymással helyettesíthető termékek, ami a közéleti-politikai lapokról egyáltalán nem mondható el. Az utóbbiak inkább speciális igényeket céloznak meg, és tudatos választás tárgyai. Az idézetekből kitűnik, hogy az árusok szerint a vevők túlnyomó többsége konkrét lap vásárlása céljából jön. Több a kockázata, mint a haszna ilyen körülmények között az esetleges ajánlásnak.

„Ha keresgél a vevő, akkor ajánlok. Ritkán fordul elő, hogy felhívom a figyelmüket. Ha valamilyen szakterületen keres valaki, akkor ajánlok a választékból” (Székesfehérvár).

„Csak akkor, ha nem célirányosan vásárol és ha keres valamit, egyébként nem” (Miskolc).

„Az újonnan megjelenő újságokat ajánljuk, cikkeket nem, mert nincs idő itt olvasni” (Pécs 2).

„Nem igazán szokták kérdezni, általában tudatosan jönnek vásárolni” (Pécs 1).

AZ ÚJSÁGOSSTAND MINT KIRAKAT

A sokféle újság, magazin és folyóirat többnyire nem összevissza kerül a standon elhelyezésre, hanem valamiféle rendben, egy sajátos kirakatként; naponta-hetente újraprendeződik ez a „mini-kirakat”. Érdeemes kissé megvizsgálni tehát, hogy milyen is az újságárosok tényleges gyakorlata, amikor elrendezik a kínálatot, létrehozzák a sajátos termék-kirakatukat. Az interjúkból az derült ki, hogy nagyjából nem tudatos tevékenységgel hajtják ezt végre. Létezik egyfajta gyakorlat, hagyományos elrendezés, amely mentén a

kínálatot a rendelkezésre álló felületen és keretek között elrendezik. Ennek a gyakorlatnak vannak közvetlen, praktikus szabályai, pl. az, hogy a gyakran vásárolt lapok kéznél legyenek, feltűnő helyen szerepeljenek. Így a napilapok természetsszerűleg a legjobban hozzáférhető helyekre kerülnek, de nem biztos, hogy a vásárlók számára is a legjobban látható, feltűnő helyekre. Egyes árusok beszámoltak arról, hogy kialakítottak maguknak egy „kézenfekvő” csoportosítást, ami alapján egymás mellé teszik a hasonló tartalmú lapokat, és az így kialakult „foltokból” áll össze a kínálat, az összkép. Ugyanakkor a ritkában megjelenő vagy kevésbé keresett lapokat gyakran kevésbé feltűnő helyekre teszik, ami természetsszerűleg tovább rontja a vásárlás esélyeit. Az egyes lapok elhelyezését befolyásolhatja az újságárus értékrendje is – így pl. szexlapokat –, amelyekből több árus szerint több van, mint amennyi elfogy – nem szívesen raknak ki női árusok a kirakatba. Vannak szabályok, amelyek megszabhatják néhány lap elhelyezését („promóció”); más árus arról számolt be, hogy a lapterjesztőtől kap külön állványokat, amelyeket jól tud használni a lapok kirakati elhelyezésére. Általában nem reklamálnak a vásárlók, a kiadók vagy az újságszerkesztőségek a „kirakati” elhelyezések miatt.

„A napilapok legalul, külön téma szerint a női, gyerek, üzleti, kerti, számítógépes, lakás, telefon, film. Ha nem találnak valamit, megkérdezik. Ha nem tudja a címét, megmondja mit szeretne és segítünk” (Pécs 2).

„Jó idő esetén befolyásolja, ha jól látható helyen helyezkedik el egy lap. Az újabbakat előrerakjuk, de minden jellegűből rakunk ki. Reklamálni nem szoktak” (Pécs 1).

„A fogyás és ismertsége alapján helyezem el. A konkurensok egymás mellé lesznek rakva. Amik jól fogynak, azokat előreteszem. A Demokrata, a 168 Óra és a Női magazinok a legjobban fogynak. Minél ismertebbek, annál jobban látható helyre teszem” (Budapest, Déli pu.).

Egyre több helyen, különösen a fővárosi elárúsítóstandokon terjedő gyakorlat, hogy egy-egy agresszív reklámkampányt folytató magazin az újságosstand egy teljes oldalát bérbe veszi, elfoglalja nagyméretű reklámfotójával, ezzel kiszorítva onnan minden más, esetleg konkurenciaként megjelenő lapot, vetélytársat (Cosmopolitan, Joy magazin, KIM férfimagazin).

A LAP „KIRAKATA” A CÍMLAP

Az újságárusok aránylag jól meg tudják ítélni, hogy milyen szerepe van egy-egy lap címoldalának. Egyértelmű, hogy pl. a HVG sokéves gyakorlata alapján már a címlapjaira pillantva is azonosítható. Az utóbbi időben ugyan több hetilap és magazin is él hasonló felépítésű címlapmontázsokkal, ezek azonosítása, vagy a szóban forgó magazinnal való társítása azonban nem egyszerű feladat, mint az a fókuszcsoportos vizsgálatainkból kiviláglik. Az újságárusok szemében a címlap egy olyan vonzó elem lehet, ami alapján többet tudnak eladni a lapból. Inkább arra irányulnak a válaszaik, hogy milyen címlapok azok, amelyek elősegítik ezt a fajta, eladásokban realizálódó, hatékony reklámot. Vezető helyen a botrányt említik. A botrányos címlap „viszi a lapot”:

„A címlap nagyon befolyásolja az eladhatóságot, mindenki a botrányt nézi” (Budapest, Ferenc krt.).

„Az újság jellegétől függ, de szerintem az aktualitást, a botrányt és a nőt” (keresik a címlapon) (Budapest, Munkás u.).

„Sajnos ma még a botrány, én inkább a humort szeretem” (Budapest, EMKE aluljáró).

„A botrány (aktuális) amire kereslet van, és a címlap, ha ezt jobban tükrözi, akkor jobban keresett” (Budapest, Klauzál tér).

EGYÉB TÉNYEZŐK, AMELYEKEL BEFOLYÁSOLNI LEHET A LAP ELADHATÓSÁGÁT

Talán elsőként a reklám, főképp a tévében látott reklám az, ami több vásárlót „hozhat”. Az emberek hajlamosak arra, hogy a tévében felvillantott címlapot másnap az újságosstandnál keressék vagy kérjék. Főleg női magazinok eladhatóságát növelik a kicsiny ajándékok, illat és kozmetikumminták, körömlakk, szemceruza, szájfény, csokoládé, gyerekeknek kulcstartó. A drága magazinok CD- vagy újabban DVD-melléleteket is adnak, ezek hatása nem egyértelmű, a számítástechnikai magazinok jól mennek ilyen mellékletekkel is. Az alapvető befolyásoló tényező azonban az ár, különösen ha több, hasonló lap van a kínálatban (pl. női magazinok). Szóba kerülnek még a nyereményjátékok és a rejtvények, mint amik emelik az adott lap forgalmát, növelik eladhatóságát. Nem elhanyagolható elem, különösen a komolyabb lapoknál a tartalom sem, de az összkép több tényezőtől is függ

„A tartalma, a mondanivalója egyértelműen fontos. Nyereményjáték is dominál, de ez csak akkor szokott működni, ha jó reklámot csinálnak neki. Pl. a tévében” (Székesfehérvár).

„Hogy ki mit szeret, azt nem tudom konkrétan. A politikai lapoknál növeli az eladhatóságot a vezércikk, a címlapfotó, a tartalom, az ár. A női lapoknál az ár és az ajándék határozottan növeli az eladhatóságot” (Miskolc).

CONTENTS

Ilonszki, Gabriella – Krisztina, Jáger – Péter, Makkai: BEFORE CAMPAIGN – AFTER CAMPAIGN. MEMBERS OF PARLIAMENT, FEMALE MEMBERS OF PARLIAMENT AND THE MEDIA	03
Bayer, Judit: TECHNOLOGICAL REGULATION INSTEAD OF LEGAL REGULATION: FILTER PROGRAMS	23
Csákvári, József, Jr.: POSSIBILITY, PROBABILITY AND VISUAL RETHORICS IN THE NARRATIVE STRUCTURE OF COMPUTER GAMES	35
Balázs, Géza: EVERYDAY SEMIOTIC SYSTEMS	59
Tölgyesi, János: NEWSBOYS AND NEWSSTANDS	73

