

[ME.DOK]

MÉDIA-TÖRTÉNET-KOMMUNIKÁCIÓ
MEDIA-ISTORIA PRESEI-COMUNICARE
MEDIA-HISTORY-COMMUNICATION

[5]

Andrei Marga:
A médiatársadalom

[17]

Károlyi Anna:
Multimédia az oktatásban

[27]

Keszeg Anna:
Foglalkozása szerint
fogyasztó

[51]

Csoma Emőke:
Michael Haneke,
Robert Bresson
és a filmes minimalizmus



2008/2

[ME.DOK]

2008/2

Kolozsvár, 2008

[ME.DOK]

III. évfolyam, 2. szám

Szerkesztőbizottság:

Balázs Géza (Budapest)
Bernáth László (Budapest)
Bodor Pál (Budapest)
Marian Petcu (Bukarest)
Reinhold Stipsits (Bécs)
Rostás Zoltán (Bukarest)
Szabó Zsolt (Kolozsvár)
Szijártó Zsolt (Pécs)
Szijártó Imre (Budapest)
Tudor Vlad (USA)
Zirkuli Péter (Párizs)

Főszerkesztő:

Cseke Péter

Szerkesztők:

Buzogány Klára
Jakab-Benke Nándor
Máté Erzsébet

Budapesti szerkesztő:

Zólya Andrea Csilla

Olvasószerkesztő:

Botházi Mária

Korrektúra:

Sándor Boglárka

Munkatársak:

Gyórfy Gábor
Kádár Magor
Vincze Hanna Orsolya

Borítóterv, tipográfia:

Könczey Elemér

Műszaki szerkesztés:

Fazakas Botond

Kiadja a

Támogatók



COMMUNITAS
ALAPÍTVÁNY
Alapította az RMDSZ



Postacím: Str. Someșului 13, RO-400145 Cluj-Napoca

Tel: 0740 586 125, 0740 404 933

e-mail: medea.medok@gmail.com

Adószám: 18529617

Adományokat a RO74RNCB0113040737460001 (RON) és a

RO47RNCB0113040737460002 (HUF) bankszámlaszámra, a

BCR Kolozsvári fiókjában fogadunk (BCR Agenția Unitii Cluj)

[Tartalomjegyzék]

AULA

Andrei Marga: A médiatársadalom ■ 5

ME.DIALÓGUS

Zsugán-Gedeon H. Gyula: Újságírás a web 2.0 korában ■ 9

FÓKUSZ

Károlyi Anna: Multimédia az oktatásban ■ 17

ME.TEÓRIA

Albert Júlia: Szöveg és interpretáció a színészi munkában ■ 21

SZÓKÖZÖK

Keszeg Anna: Foglalkozása szerint fogyaszt ■ 27

Kónya Zsuzsánna: Az internetes reklámok hatása a kolozsvári közgazdaságtan-hallgatókra ■ 33

Turi Tímea: Nulla dies sine post ■ 47

KAMERA

Csoma Emőke: Michael Haneke, Robert Bresson és a filmes minimalizmus ■ 51

Buzogány Klára: „Nem számít, hogy mit tudsz, része vagy mindennek, ami történik” ■ 57

Nagy Boglárka: A kettős természet ■ 67

Zsizsmann Erika: Tánc az esőben ■ 73

HÁTLAG

Péter Árpád: Médiában Stokes nyomán. Kultúra- és médiaelemzés ■ 79

Györffy Gábor: A médiakutatás újabb kolozsvári műhelye ■ 83

ABSTRACTS – REZUMATE ■ 85

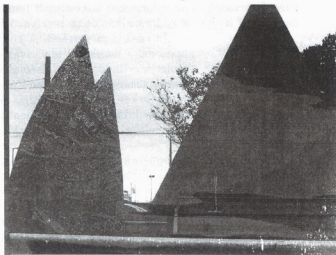
[A médiatársadalom]

A modern társadalmak azért hozták létre a nyilvános teret (public space; opinion publique; Öffentlichkeit), hogy a polgárok közérdekű kérdéseket vitathassanak meg. A parlamentek a meghatározott térnek az összevont változataként jöttek létre, a tájékoztatási eszközök szerepét pedig ennek a kiszolgálásában fogalmazták meg. Ezzel biztosítottá vált a személyek önrendelkezése, a nyílt vita, az érvelés elsődlegessége és a racionalitás hatalma. A múlt század 20-as éveiben az európai kultúrákban még az említett optimista megközelítés uralkodott.

A napjainkig érezhető megrázkódtatást Carl Schmitt idézte elő *Die geistesgeschichtliche Lage des heutigen Parlamentarismus* című munkájával, amelyben arra hívta fel a figyelmet, hogy a parlamentarizmusban kifejeződő és a nyilvános kommunikáció közegében működő intézményes rendszer inkább a hatalom gyakorlásának elméleti elgondolásából, mint ennek gyakorlati valóságából meríti tekintélyét; ezen válóságot nagy távolság választja el magától az elgondolástól. Gondolatmenetében Schmitt azzal érvelt, hogy a nyilvános teret magánérdekek népesítik be (a pártok ellenőrzésük alá vonják a parlamentet, a nyilvános vita manipulált stb.), ezzel pedig a liberalizmus eltávolodik a demokráciától.

Carl Schmitt észrevételeit senki sem tudta megcáfolni. A baloldal (lásd Horkheimer és Adorno), illetve a jobboldal (lásd a „totális állam felé történő elcsúszás”) eltérő politikai következtetéseket vont le, amelyeket vállalt is. A kérdés teljes körű (történeti és szisztematikus) kutatását, a demokráciához való visszatérés jegyében azonban csak Habermas végezte el 1962-ben. A *nyilvánosság szerkezetváltása* című művében.

Nem térünk ki részletesen a parlamentarizmus összetett vitájára, annak ellenére, hogy a nyilvános kommunikáció ehhez kötődik. Megjegyzem viszont, hogy a „parlamentarizmus válóságával” a tájékoztatási eszközök értelme és működése is vita tárgyává válik.



A második világháború után a tájékoztatási eszközök – a rádió, televízió és az írott sajtó – egyre inkább elterjedtek, illetve idővel transznacionálissá, vagy éppen globálissá váltak (a BBC létrehozta a transznacionális rádiót, a CNN a globális televíziót). Másfelől elindul a média autonomizálódási folyamata, amelynek keretén belül már nem egyszerű eszközök, hanem önálló, saját céljait érvényesítő vállalkozások jönnek létre. A médiatörzstők fokozatosan átveszik a régi nyilvános kommunikáció munkásainak helyét.

Horkheimer és Adorno közismert munkájukban – *Dialektik der Aufklärung* – vonták le a következtetést: az emberiség belépett a „művelődésipar” korszakába, amely gyökeresen megváltoztatja a korábbi nyilvános kommunikációt, és súlyos kérdéseket vet fel. Lehet, hogy a média már nem: a demokráciát szolgálja, hanem magánérdekek érvényesítésére használják? Lehet, hogy a valóság tükrözése igényének helyébe a valóság megalkotása lépett?

A kérdések mindmáig fennállnak. Együttal elérkezett a médiatársadalom kora, amely legalább három dolgot von maga után: a média oly mértékben autonomizálódik, hogy lehetőséget kap arra, hogy konkurensként lépjen fel a globalizáció korának kiterjedt piacain; a médiahálózatok hatalomközpontokká válnak a gazdasági, politikai, katonai és vallási központok mellett; a valóságot a médiaprezentáció határozza meg. Természetesen lehet vitatkozni arról, hogy vajon a médiatársadalom magába foglalja-e a késői modernitást, vagy csupán ennek egy megnyilvánulási formája. Jómagam a második értelmezést tartom helyesnek. Tisztázunk kell azonban azokat a félreértéseket, amelyek a médiatársadalom fogalma körül jelentek meg azáltal, hogy a fogalmat egyenértékűvé tették a kommunikációs társadalommal, a nyilvánosság társadalmával vagy a kommunikáció társadalmával.

A kommunikációs társadalom (vagy az ebből származó információs társadalom) a kibernetikai alkalmazásokból eredően az információ gyors és valószerű közvetítésének kérdése köré szerveződött (fogalmi szinten Norbert Wiener határozta meg 1966-ban, *Cibernetica* című művében). Egy ilyen jellegű társadalom az információ közvetítését tematizálja, azonban figyelmen kívül hagyja a kommunikációban résztvevő felek közötti párbeszéd tartalmának megértését. A kommunikáció társadalma éppen ezt a megértést tematizálja négy szempontból: az üzenetek érthetősége, a felszólalók hitelessége, a kijelentések igazságértéke, a kommunikáció résztvevői között kialakuló kölcsönhatás valóságát. Nyilvánvaló azonban, hogy a kommunikáció társadalma csupán egy idealizált eszme marad; a mai kommunikációt nagy távolság választja el a tulajdonképpeni kommunikációtól.

Végül soron feltehetjük a kérdést: mi akadályozza meg a médiatársadalmat, hogy a nyilvánosság társadalmává váljon? Horkheimertől és Adornótól kezdve egészen Vattimóig a médiatársadalom szakirodalma felvázolta a legfőbb érveket: a) módszerei révén a mediatisálás a tények közös nevezőjét terjeszti, és az értékek egységesítéséhez járul hozzá; b) elsősorban a rendszerek funkcionalitása kerül előtérbe a változásra törekvő kezdeményezésekkel szemben; c) az intuitív, részleges megértés dominál a világ mélyről faka-

a valóságot a médiaprezentáció határozza meg

dó korrelációinak megértésével szemben; d) a fogyaszthatóság szempontja fontosabb, mint az értékek maradandóságának szempontja; e) elmosódik a klasszikus kultúra szükséges és esetleges, lényeges és véletlen, igazság és szöbeszd, érték és improvizáció fogalmai közötti különbség. Így hát Vattimo levonta a következtetést: a mai kor embere, ellentétben a régi korok emberével, már nem látja át tisztán a fennálló állapotokat.

A felsorolt érvek természetesen fogalmi érvek; mégis hozzásegítenek ahhoz, hogy mélyebben rálássunk a médiatársadalomban fellépő változatos szituációkra. Az érvek nem helyettesíthetik a tényszerű elemzéseket és a különböző állapotok egyéni értékelését. Ennek ellenére figyelmesen kell mérlegelni őket. A médiatársadalom kizárólag kritikai megközelítése ugyanúgy hibás, mint az a megközelítés, amely nem ismeri el a létét. Végső soron a médiatársadalom vitathatatlan kulturális eredményeket hozott magával: az emberek összehasonlíthatatlanul tájékozottabbak, látókörük folyamatosan tárgult, az igazsághoz való hűség képességét és a saját kompetenciát tartják szem előtt.

Az igazsághoz való hűség kérdése azonban további két problémát vet fel. Az első a médiatársadalom szereplőinek képzése (a Harvard Egyetem, amely kellő rálátással rendelkezik a mai társadalomra, nemrég indította el a „the movement toward general formation” elnevezésű kezdeményezést az egyetemek részére), a második pedig a műfaji elkülönülés. Az újságírók azzal vádolják a tudományosság képviselőit, hogy eltávolodtak a tényektől, utóbbiak pedig azt állítják az újságírókról, hogy nem rendelkeznek a tények vizsgálatához szükséges fogalomrendszerrel. Lehetséges, hogy mindkét félnek igaza van, azonban nem abban az értelemben, mint ahogyan ezt hinnénk. Nem a tudományos kutatók dolga, hogy riportokat és kritikákat írjanak, vagy véleményeket gyűjtsenek; ugyanígy nem az újságírók feladata, hogy fogalmakat alakítsanak ki. Azonban mindkét fél számára sikert jelenthet, ha felemelkednek a kollázs szintjéről a riport szintjére, innen az ismereteken alapuló kritikához, majd a fogalmi esszéhez, és végül képesek lesznek átlátni az állapotokat. Ez utóbbi egyébként a médiatársadalom legfontosabb kihívása, annak a képzettségi szintnek az elérése szempontjából, amely előnyeinek kiaknázásához szükséges.

az emberek összehasonlíthatatlanul tájékozottabbak, látókörük folyamatosan tárgult, az igazsághoz való hűség képességét és a saját kompetenciát tartják szem előtt

Fordította: Gyórfy Gábor

(A szerző a Babeş-Bolyai Tudományegyetem rektora, filozófus, egyetemi tanár.)

[Újságírás a web 2.0 korában]

Interjú Pécsi Ferenc/pollner médiabloggerrel

Pécsi Ferenc/pollner magyarországi újságíró, tartalomfejlesztő, blogger. Korábban a *Dotkommentár*, jelenleg a *Médiablog* szerzője. A blog témája a hagyományos média és az on-line média kölcsönhatása: a bejegyzések tájékoztatnak az e téren fontos nemzetközi trendekről, szemlelekről és alkalmazásokról, illetve figyelemmel kíséri ezek magyarországi átvételét is.

- Ez az interjú egy kora délelőtti órában készül. Hány óras munkanap áll Ön előtt? Mennyit dolgozik általában mint blogger?

- Mivel egyszerre több tevékenységet folytatok párhuzamosan, nehéz különválasztani, hogy mi az, amit kizárólag a *Médiablog* számára végzek és mi az, amit egyéb munkáimhoz használok fel. Sok információt, amire a bejegyzéseimben hivatkozok, amúgy is elolvasnék más célból.

*- A *Médiablog* bemutatásában úgy ír a munkájáról, mint ami elsősorban a különböző információk összegyűjtését, válogatását és megjegyzésekkel ellátását foglalja magába. Ez összecseng azzal a bonmot-val, hogy az újságírói munka 90 százalékban olvasást és csak 10 százalékban írást jelent. Ezek szerint az újságírás lényege a web 2.0 eljövételével sem változott sokat?*

- Ahhoz, hogy az újságíró valami értelmeset tudjon az asztalra tenni, tisztában kell lennie az illető téma történetével, háttérrel, összefüggéseivel. Jó esetben az információk egy részét össze lehet gereblyézni az interneten, azonban szűrni és értékelni ezeket csak egy meglévő tudással lehet. Ugyanakkor az olvasó most már azt is elvárja, hogy az újságíró ne csak a gondolatait, hanem az információforrásait is megossza vele. Lehet, hogy az, aminek egy cikk csupán egy félmondatot szentel, sokkal jobban érdekli, mint a többi rész, és szeretne utánaolvasni és esetleg másokkal



eszmét cserélni róla. Ezért kértem a *Médiablog* előszavában, hogy az olvasóim a *Médiablog*ban közreadott információkat inkább beszélgetésbe bedobott témaként és nem kinyilatkoztatásként értékeljék.

– A különböző web 2.0-s szolgáltatások gyors fejlődése mintha pontot tenne annak a vitának a végére, hogy az újságírás tanítható mesterség-e, hiszen ezek olyan készségeket jelentenek, amelyek nélkül valaki már nehezen tudna elhelyezkedni és megállni a helyét a szakmában. Ugyanakkor Ön keserű megjegyzéseket tesz a magyarországi szerkesztőségekre, amelyek ezekről a szolgáltatásokról alig vesznek tudomást. Ezek után felmerül a kérdés: értékeli a szakma a web 2.0-s tudást? Lesz valaki a szerkesztőség-ből, aki például egy állásinterjú előtt végigböngészi a jelentkező blogját?

– Egy hagyományos szerkesztőségben szerintem gyakorlatilag nem számít a jelentkező web 2.0-s tudása, míg egy internetes szerkesztőségben

Nem hiszem, hogy Magyarországon az idősebb újságírók hajlandók lennének webkettes vagy multimédiás tudás megszerzésére.

– mint az Index vagy az Origo – bizonyára értékelik, de nem hiszem, hogy ez lenne a döntő szempont. Az Egyesült Államokban az újságírók arra törekszenek, hogy továbbképezzék magukat, nem csekély mértékben azért, hogy az óriási mértékű létszámleépítések közepette is piacképesek maradjanak. Nem hiszem, hogy ezzel szemben Magyarországon az idősebb újságírók hajlandók

lennének webkettes vagy multimédiás tudás megszerzésére. Ők már azzal is elégedettek, ha sikerül bekapcsolniuk a számítógépet, és elindítaniuk a szövegszerkesztő programot. Jártam olyan szerkesztőségben, ahol komoly riadalmat okozott egy Word-korrekktúrával átdolgozott dokumentum. Már ott tartottak, hogy újra legépelletik az egészet, amikor megmutattam, hogyan tudják a változtatásokat átvenni vagy elvetni néhány kattintással.

A generációs különbségek természetesen ezeknél a készségeknél is számítanak. Nemrég fiatal újságíróknak tartottam műhelyfoglalkozást, akik nagyon szívesen fogadták, hogy egy-két dolgot – mint például dokumentummegosztás a Google segítségével vagy a közösségi címkézés – tudtam mutatni nekik, amelyek a mindennapi munkában praktikusak, sőt egyre inkább elengedhetetlenek. A visszajelzésekből tudom, hogy a foglalkozáson tanultakat azóta is rendszeresen használják.

Nem feltétlenül kell azonban mindenkinek elsajátítania a web 2.0-s technikákat: elég volna kihasználni a már rendelkezésre álló lehetőségeket. Régóta felszínen levő téma a számítógép által támogatott újságírás. Hízen hiába vannak egy szerkesztőségben informatikusok, ha azok csak az infrasztruktúrát működtetik, és nem azzal foglalkoznak, hogy az újságírók – és az újságolvasók – számára fontos információkból adatbázisokat állítsanak össze. Igazából pedig az lenne a fontos, hogy a szétszórtan rendelkezésre álló tudást a szakemberek olyan módon gyűjtsék össze, ami a továbbiakban a legkülönbözőbb kiértékelések számára nyújtana lehetőséget.

A web 2.0 eredménye az, hogy az újságírói ötlettől a kész programig egyre rövidebb idő telik el. A modern újságíró egyik alapvető készsége az kell legyen, hogy tudjon adatokkal dolgozni, képes legyen megfelelő kérdé-

seket megfogalmazni a kiértékelés számára, használja a rendelkezésre álló infrastruktúrát és együttműködjön a szakemberekkel.

- A web 2.0-s újságírói munka nemcsak cikkírást jelent, hanem sok más egyebet is - az olvasói reakciók böngészését és megválaszolását, címkefelhők vagy térképek készítését, videók keresgélését és beágyazását - a sort folytathatnánk. Mennyire készültek fel a szerkesztőségek arra, hogy a munkatársaknak az ilyen irányú munkáját is honorálják?

- Az egyik legnagyobb probléma az, hogy a mai magyar médiában ez a hajlandóság minimális, és az újságírók alapállása is az, hogy az olvasó csak fogadja be szépen azt, amit ők felkínálnak neki.

Néhány évvel ezelőtt az internetes fórumok óriási kultusszal rendelkeztek, és sok szerkesztőség tekintette őket az olvasói visszajelzések terének. Mára azonban a fórumokat agresszív kemény magok sajátították ki, akik a nyilvánosságot arra használják fel, hogy a többi résztvevőt sértegetssék. Vagyis amit a szerkesztőségek a látogatottság terén nyernek, azt a beszélők kiszűrésére fordított energiával el is veszítik. Ebből pedig azt a következtetést szűrték le, hogy nem engedik meg az olvasóknak, hogy a szerkesztőségi tartalomhoz, a tulajdonképpeni cikkekhez hozzászóljanak, vagy csak néhány anyaghoz engednek megjegyzéseket fűzni. Egyszerűen nincs rá emberük, aki a visszajelzéseket szakadatlanul figyelemmel kísérné és moderálná - ami például egy politikai fórumnál elengedhetetlen volna. A szerzők is túlterheltek ahhoz, hogy a megjelent írás sorsát figyelemmel kísérjék, a megjegyzések alapják kiigazítsák az esetleg téves információkat. Mire oda kerülnének, hogy a visszajelzéseket ki tudnák értékelni, már a harmadik anyagon kell dolgozzanak. Ezzel szemben az angol és amerikai sajtóban mára már elfogadott nézet az, hogy a cikk a megírással még nem tekinthető befejezettnek, hanem a hozzászólásokkal lesz teljes. Természetes az, hogy ha az újságíró benne van a témában, akkor sokkal több információval rendelkezik annál, mint amit a cikkbe bele tud zsúfolni. A hozzászólókkal folytatott párbeszéd révén ez a rejtett tudás is nyilvánosság elé kerülhet.

Ami a cikkek képanyaggal való ellátását illeti: nem igazán hiszek abban, hogy minden újságíró fényképezőgéppel a kezében kellene anyagot gyűjtsön, vagy a sajtófotósoknak meg kellene tanulniuk videókat készíteni. Természetesen vannak és lesznek olyanok, akik elsajátítják ezeket a készségeket. Minimális tudással minden újságíró kell rendelkezzen arra az esetre, ha nincs mód profi szerkesztőségi fotós kiküldésére vagy hirtelen zajlanak az események. Azonban szerintem a sokoldalúság nem mehet a minőség rovására. Attól, hogy valaki tudja, melyik gombot kell megnyomni a fényképezőgépen, nem biztos, hogy értékelhető lesz az a kép, amit elkészített.

- Nemrég a kétszáz éves német enciklopédia, a Brockhaus döntött úgy, hogy beszünteti a könyv formában való kiadást, és kizárólag on-line fog megjelenni. Miközben a tudás egyre inkább felértékelődik, fizetni egyre kevesebben hajlandók érte. Hogy néz ki az újságírás jövője ebből a szempontból? A fizetés tartalom és a hatékonyabb reklámok további

Jártam olyan szerkesztőségben, ahol komoly riadalmat okozott egy Word-korrekktúrával átdolgozott dokumentum.

kombinációjára számíthatunk, vagy pedig a médiatartalom előállítására egyre inkább szabadidő-tevékenységgé válik?

– Ez utóbbiban nem hiszek. Szerintem a papírújságok még hosszú ideig meg fognak maradni, de valószínűleg polarizálódnak: lesznek az ingyenes lapok, amelyek kevés és rossz minőségű információt és sok reklámot továbbítanak, és lesznek a drága, elemző írásokat tartalmazó újságok. A lapkiadás eddig nagyon kifizetődő befektetés volt. Azok, akik eddig idehozták a pénzüket, és megszokták a húsz százalékos feletti nyereséget, lehet, hogy kisebb megtérülés esetén más üzletágakba fektetnek be. A reklám fog először háttérbe lépni az újságoknak, nem az olvasók.

A reklámozók a jövőben egyre inkább az on-line médiát választják, mivel az ott megjelenő reklámok jóval olcsóbbak, mint a nyomtatott lapban megjelenők. Ebből következően az újságok tartalmának előállítására egyre kevesebb pénz fog jutni.

A most elindult szerkesztőségi integrációk – vagyis az egymással együttműködő, de emellett bizonyos fokú függetlenséggel rendelkező szerkesztőségi

Amit a szerkesztőségek az internetes fórumok látogatottsága terén nyernek, azt a beszélgetések kiszűrésére fordított energiával el is vesztik.

részlegek összeolvasztása – azzal a szakmai indokkal zajlanak, hogy az on-line és a print tartalmakat egy helyen, hatékonyan állítsák elő. Ugyanakkor felfedezhető a jelenség mögött az a befektetői cél is, hogy minél több újságíróra lapra tegyenek, és ezzel költségeket takarítsanak meg. Ezért bizonyos műfajok, mint például a tényfeltáró újságírás, komoly veszélyben vannak.

– Minél kevesebb azonban a színvonalas tartalom, annál kevesebb az olvasó, és minél kevesebben olvassák a lapot, annál kisebb lesz a vonzereje a befektetők számára.

– Ez így van. Sok szakember állítja azt, hogy a média jelenleg egy hullámvölgybe, finanszírozási válságba tart, vagy már ott is van. A legtöbb mérvadó on-line hírcsatorna mögött egy print újság áll (a nálunk sikeres Index vagy Origo nemzetközi szinten inkább kuriózumnak tekinthető), és ha a nyomtatott sajtóba szánt tartalom csökken, akkor az on-line kínálat is soványabbá válik. Ennek ellenére nem hiszem azt, hogy az információ megszerzése amatőrök kezébe fog kerülni.

– Az olvasó eddig az újságírói munkát egy közvetítőn keresztül honnorálta. Abban az esetben, ha az újságírónak saját platformja van – például egy blogja, – elképzelhető az, hogy az általa előállított tartalmat az érdeklődők közvetlenül tőle vásárolják meg – vagyis a finanszírozás közvetlenül fog történni?

– Egy-két ilyen újságírói vagy szakmai blog van, amely adományokból vagy Google-hirdetésekből tartja fenn magát, mint például az amerikai Huffinton Post. Végül soron ezeket már alig lehet blogoknak tekinteni, mivel egyre közelebb kerülnek a hagyományos médiához, például lassan már saját szerkesztőségük van. További lehetőség az, hogy az illető egy bizonyos jól szponzorálható témában publikál, mint például a szintén amerikai Copyblogger, aki a marketingen belül egy jól körülhatárolt részterületről ír.

A többi blognak azonban nincs akkora forgalma, hogy abból huzamosabb ideig meg lehetne élni.

A másik kérdés az, hogyan találják meg a hirdetőket a blogok. Magyarországon a nagy reklámügynökségek az adott év elején megegyeznek az öt legnagyobb forgalmat lebonyolító médiavállalkozással a hirdetések áráról, mennyiségéről és a kedvezményekről. A kis és közepes kiadványokkal pedig szinte egyáltalán nem foglalkoznak, vagyis a napi néhány ezres látogatottsággal rendelkező blogok nem jutnak reklámokhoz és ez ezből származó bevételhez.

- Visszakanyarodva a műfaj kérdéséhez: vannak olyan tipikus web 2.0-s megoldások, amelyek meghatározók lesznek a jövő újságírásában? Gondolok például a PowerPoint bemutatók mintájára összeállított, háttérzenével vagy hangalámondással gazdagított riportokra.

- Nagyon izéretesnek tartom az adatbázis alapú blogokat. Ezekkel viszont az a probléma, hogy nagyon munkaigényesek. A most zajló amerikai elnökválasztási kampányhoz kötődően nagyon sok efféle blog jelent meg, amelyek szemléletesen mutatják be az amúgy bonyolult választási rendszert. Vagy az EveryBlock-szolgáltatás révén néhány amerikai városban mindenki figyelemmel kísérheti a háztömjé körül történő eseményeket, újdonságokat – az útlezárásoktól kezdve a sarki bolt italmérsi engedélyének megújításáig. Ahhoz azonban, hogy valaki egy ilyen blogot indítson és tartson fenn, a rengeteg munka mellett az is kell, hogy minden információhoz on-line és ingyenesen tudjon hozzáférni.

Izgalommal figyelem továbbá a multimédiás megoldások fejlődését. Egy téma nem fejeződik be egy terjedelmes cikk megírásával, hanem kiegészül interjúrészletekkel, interaktív térképekkel, hangalámondással, zenével. Egy ilyen multimédiás adatbázisban órákra el lehet veszni, nem is csoda, hogy akkora stáblistája is van, mint egy játékfilmnek.

Ezt természetesen csak akkor engedheti meg magának egy szerkesztőség, ha a legfőbb értékmérőnek nem azt tartja, hogy hányan kattintanak az illető anyagra. A videók beágyazása jó példa a tartalom-alapú szemlélet térhódítására, hiszen a mozgóképsor akár percekre is az oldalhoz láncolja az olvasót, vagyis időt tölt el az ott látható információk befogadásával. Azonban egy jó videó vagy hangzó anyag időt és pénzt igényel. Vagyis ezek a megoldások is csak akkor életképesek, ha van valaki, aki megfizesse.

- Vilém Flussar egyik interjújában arról beszél, hogy amint egyre több feladatot automatizálunk és gépekre bízunk, mindig újra kell definiálnunk önmagunkat... mert kiderül, hogy amit korábban annyira emberinek tartottunk, mint például az értékelés, gondolkodás vagy köllészet, gépi segítséggel már most vagy a közeljövőben sokkal jobban működik. Amint az interjú elején meg prima újságírói munkát említettem – vagyis az információk összegyűjtését, kiválogatását és csoportosítását – bizonyos programok, mint például az előbb említtelt EveryBlock-szolgáltatás is el tudják végezni. Létezik az újságírás meghatározásának stabil eleme, vagy szokjunk hozzá, hogy a technikai fejlődéssel mindig újra kell fogalmazni?

A reklám fog először hátat fordítani az újságoknak, nem az olvasók.

– Kétségtelenül ez utóbbi – erre nagyon jó példa a Google körüli párbeszéd. Először mindenki úgy tekintett rá, mint egy programra, ami egy algoritmus szerint keres az interneten. Később derült ki, hogy a Google valójában egy médiacég. A GoogleNews tartalma a saját bevallása szerint – és én ezt el is hiszem – emberi beavatkozás nélkül készül, mégis eléggé pontosan kiválasztja a fontos híreket.

Korábban az újságíró munkája többek között a fontos információk keresése, kiválogatása és súlyozása volt. Ezt a feladatot most egy gépezet veszi át, ami szerintem jó dolog, mert az ezáltal felszabaduló időt az újságíró fontosabb munkák elvégzésére fordíthatja. Véleményem szerint ebben a megváltozott helyzetben az újságírók feladata az információk elemzése és értelmezése kell legyen. Az átlagos olvasónak ugyanis nincs elég ideje nap mint nap összegyűjteni, elolvasni és értékelni a rengeteg keletkező információ. Valószínűleg ez a fajta újságírói tevékenység lesz a jövőben az, aminek az eredményéért fizetnie kell az olvasónak. Nem feltétlenül kell egy elemzésnek a fent említett multimédiás formában testet öltetnie, elég az, ha az esemény háttérére, összefüggéseire rámutat, és további linkeket ajánl a témában való elmélyülésre. Az érték éppen akkor jön létre, ha az újságíró nemcsak az egerét, hanem az agyát is mozgatja.

Egyetértek azokkal, akik úgy látják, hogy a most létező nagyszámú minőségi sajtótermékből néhány fog csak megmaradni, ezek azonban nagyon drágák lesznek, és kevesen engedhetik meg maguknak őket. A többség megelégszik majd a híreket és álhíreket, meg persze hirdetésekkel öntözött olcsó vagy ingyenes sajtótermékekkel.

– A telefon hőskorában Amerikában nemcsak a férfiek, de a telefon-társaságok is helytelenítették, ha a feleségek és családanyák egymással való csevegésre használták a telefont. Nagyrészt amiatt vélekedtek így, mivel a közvélemény szerint egy ilyen komoly kommunikációs eszközt csak komoly célokra szabad használni, azonban gyakran amiatt is – ami esetenként be is igazolódott –, mivel a csevegés generálta adatforgalom

A való életben is rengeteg ember van, aki hülyeségeket beszél, de meg van győződve arról, hogy nagyon értelmes és fontos, amit mond.

bedugaszolta a még kezdetlegesen kiépült telefonhálózatot. Az internetes kommunikáció terét az üzleti és a civil felhasználók nagyjából egyidejűleg lakták be. A tavalyi év végén történt ismételt kábelszakadások a tengeralatti gerincvonalakon, amelyek az ázsiai adatforgalom jelentős lassulását, helyenként felfüggesztését okozták, megmutatták a hálózat gyengeségét. Nem tart attól, hogy a civilek által – általában

– generált adatforgalom (videóletöltések, fájlcsere, netes rádiózás) egy esetleges hibánál olyan láncreakciót indít el, amely akár az egész hálózat összeroppanásához vezethet, és gazdasági krízishelyzetet eredményez?

– Az internet felépítése a garancia arra, hogy ez ne következzen be, hiszen egyes csomópontok kiesésével még nem bűnül meg az adatforgalom. Továbbá a hálózat folyamatosan bővül, az adattárolás ára pedig drasztikusan csökken. Emellett pedig óriási a verseny is a szolgáltatók között. A piac saját magát szabályozza, és nem fog ingyen adni olyasmit – és ezáltal forgalmat generálni –, amiből neki vesztesége lenne.

A veszeltyt inkább a „két internet” koncepciójában látom: a mostani vacak maradna a népek, és mellette kiépülne egy fizetős hálózat, amelyen a nagy információcsomagok késedelem nélkül, de elsőbbségi felárral jutnak célba.

Az biztos, hogy amit egyszer ingyenesen kínáltak fel a tartalomszolgáltatók, azért többet nem kérhetnek pénzt. Nem lehet azt mondani, hogy holnaptól mindenki fizessen a megnézett videókért vagy a netes rádióhallgatásért.

Létezik egy olyan elképzelés, hogy az internetszolgáltatóknak kellene finanszírozniuk a tartalomelőállítását. A jelenlegi üzleti modellben ugyanis a felhasználók nem a tartalmat, hanem az internetre való kapcsolódást veszik meg, a szolgáltatók pedig bezsebelik a hasznot. Pedig a kábeltévék példája alapján itt is elképzelhető lenne egy olyan üzleti modell, amelyben az internetszolgáltató megosztja a hasznát a tartalom előállításójával. Ez sokkal üdvösebb volna, mint a tisztán reklámalapú internet, amely kiszolgáltatja a szerkesztőséget a hirdetők kényének-kedvének.

– Visszaulva válaszában első részére, vitába szállnék azzal, hogy az interneten egyes csomópontok kiesése nem okozhatna zűrzavart. Észak-Amerikában többször is bekövetkeztek olyan, nagy területre kiterjedő áramkimaradások, amelyek abból keletkeztek, hogy az egyik kiesző erőmű feladatát átvette egy másik, ami ezáltal szintén leterhelődött, és végül fel kellett függesznie a működését. Az interneten szintén hasonló láncreakciók következhetnek be, mivel az a fajta tartalomfogyasztás, amire rászoktunk, óriási mennyiségű adatforgalmat jelent.

– Az interneten sokkal több csomópont van, mint egy elektromos hálózatban, értelemszerűen sokkal több alternatív útvonal is van. Ezt a kérdést azonban inkább egy hálózati szakembernek kellene feltennie. Személy szerint én nem tartok egy globális összeomlástól, de az bosszant, ha az otthon és az internetszolgáltató között akadozik a kapcsolat.

Valóban óriási mennyiségű adatot fogyasztunk, és nem biztos, hogy minden videót nagy képfelbontásban és sztereo hangminőségben kell nézni és hallgatni. Ezenkívül rengeteg az interneten az olyan információ, ami semmit sem ér, vagy pedig több ezer másolatban található. Valamelyik vezető blogger azt írta, hogy a felhasználóknak vissza kellene fogniuk magukat, és kevesebbet publikálniuk. Azonban én nem hiszem, hogy az önkorlátozás ezen a téren megvalósítható lenne. A való életben is rengeteg ember van, aki hülyeségeket beszél, de meg van győződve arról, hogy nagyon értelmes és fontos, amit mond.

(A szerző a Babeş-Bolyai Tudományegyetem doktorandus hallgatója.)

[Multimédia az oktatásban]

A 90-es években az iskolák világméretű számítógépesítésének lehettünk tanúi, konferenciák és publikációk sora követte egymást, ahol a szerzők és előadók a sikerekről számoltak be. Kialakulóban van az új módszertan, a digitális pedagógia, amely arra tesz kísérletet, hogy kifejlessze a leghatékonyabb módszereket és tartalmakat a számítógéppel segített oktatás számára.

Korunk információ-túltermelési válságban szenved, de a feldolgozhatatlan mennyiségű információ megfelelő formában, például vizualizálva, azaz képként, már könnyen befogadhatóvá válik.

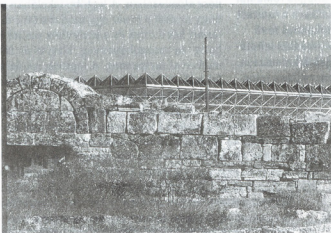
Az egyre gyorsabb és kisebb méretű komputerek lehetővé teszik, hogy hordozható formában is állandóan kéznél legyen a multimédia. Az egységesedő szabványok, a javuló képmegőrzési technikák mind odavezetnek, hogy a multimédia a háztartás, a hétköznapi élet része lesz. „Az önálló ismeretszerzés elérése érdekében a könyvtárhoz hasonlóan a számítógéptermében is lehetővé kell tenni a hozzáférést az eszközökhöz a tanórákon és azokon kívül is. A többi műveltségterület, tantárgy számára is biztosítani kell a géphasználatot. Meg kell jelennie a hagyományos tanórákon túlmutató, informatikával támogatott projektmunkának is.” A fenti idézet a magyar kormány 243/2003.(XII. 17.) rendeletében szerepel. Az informatika tantárgy tanításának alapelvei és céljai között megfogalmazódik, hogy az informatika az iskolában nem pusztán tantárgy, hanem az eredményes iskolai oktatás és nevelés eszköze kell hogy legyen.

Úgy látom, ez az egész NAT [Nemzeti Akkreditáló Testület – szerk.] legköltésesebb és legnagyobb szellemi munkát igénylő része.

A 20. század végén a számítástechnika fejlődése lehetővé tette a számítógépen alapuló oktatászoftverek, a CD-ROM-adatbázisok (optikai lemezen rögzített nagy

mennyiségű információ), az interaktív médiumok megjelenését és a taneszközök közé való bekerülését.

Az átlagos romániai iskolában a tanítást hatékonyvá tevő multimédiás lehetőségek alkalmazása, kihasználása jelentéktelen. Az iskolákban magnetofonkazettán,



videokazettán, néhány tantárgyhoz készített fólián kívül egyéb nincs, vagy ha van is, nincs eléggé kihasználva.

A komplex tanulási környezet mindenekelőtt „differenciált taneszköz rendszeret jelent” (Nagy S., 1997. 176.), amely olyan, napjainkban még igen költséges hardver- és szoftverösszetevőket is magába foglal – számítógépek, multimédia rendszerek, interaktív programok –, amelyek mind a tanár, mind a tanuló számára hasznosak. A tanulóknak is lehetőségük van önálló ismeretszerzésre, problémamegoldásra, források, adatok felhasználására, kutatói attitűdök érvényesítésére. Speciálisan az oktatás céljára készült oktatófilmek kivül a pedagógusok, a tanulók saját maguk is készíthetnek felvételeket, amelyek jól beilleszthetők az oktatási folyamatba. Külföldön és Romániában is számos műsor készül az iskolai oktatáshoz (nyelvoktató sorozat).

Vannak országok, ahol a televízió segítségével megvalósították a nyitott egyetemet (pl. Anglia 1971-ben), adásait az egész országban nézhették, feladatokat, szakirodalmat kaptak az érdeklődők, majd a vizsgán az elsajátított tudás alapján diplomát is szereztek azok, akik komolyan vették a lehetőséget.

A tanulás irányítására, a programozott oktatás elveinek megvalósítására alkalmas taneszközök az oktatógépek, programozott tankönyvek, a számítógépek, a tanulás egyéni eszközei.

Az internet lehetővé teszi, hogy a diákok az információ világában könnyebben boldoguljanak. Az ilyen tanulási környezetben tanuló fiatalok képzési költsége majd később, munkába állásuk során térül meg. A technika fejlődése szinte kötelezővé teszi az oktatás irányítóinak, finanszírozóinak az e téren való befektetést. Coombs ismert szavait elfogadom, miszerint: „A drága oktatás lehet rossz, de a jó oktatás sohasem olcsó. A világ szükségletei pedig jobb oktatást követelnek.” (Coombs, 1971. 18.)

Olyan videokazettákra van szükség, amelyek néhány perces klipek formájában a tananyaghoz kapcsolódva segítséget nyújtanak a tanárnak: az aktuális tananyaghoz kapcsolódva képzőművészeti műalkotásokat, egy táj jellegzetes élővilágát, csillagászati vagy lemeztektonikai animációkat, népszokásokat, egy zeneműrészletet, egy verset valamelyik színész előadásában. A legtöbb iskolában még utópiának tűnik, hogy az órát a tanár egy módszertani útmutatást tartalmazó tanári kézikönyv és a könyvhöz mellékelt csomag: dia, fólia, hang- és mozgóképanyag, könyv- és internetajánló felhasználásával tartsa meg. A legtöbb iskolában hiányzik a tárgyi feltétel. Hátrányban vagyunk az audiovizuális technika lehetőségeihez képest.

Az átlagos romániai iskolában a tanítást hatékonyabbá tevő multimédiás lehetőségek alkalmazása, kihasználása jelentéktelen.

A személyi számítógépek elterjedése, teljesítményük rohamos növekedése már a kilencvenes évek elejétől kezdve nagyszerű lehetőséget kínált az oktatás színvonalának emelésére. Az internet elterjedésével az információszerzés új dimenziót kapott. Egy mai iskolának két nagyon fontos kötelessége van, egyrészt használni az oktatásban, másrészt megtanítani a diákokat az információszerzés számítógépes formájára.

Milyen kellene legyen az ideális helyzet a tanórákon?

A tanórákon néhány témát egy-két tanulóra jutó számítógéppel vagy egy tanári számítógéppel és projektorral felszerelt tantermekben kellene ta-

nítani. A tanórán kívüli tanulást a diákok számára a tankönyvhöz csatolt CD-melléklet könnyítené meg. Ahhoz, hogy ez megvalósuljon, az országos fejlesztési programon kellene változtatni. Ez nem jelenti azt, hogy multimédiás eszközök nélkül nem lehet hatékony órát tartani. De vannak témák, amelyeknél ezekre az eszközökre nagy szükség van.

Nemzetközi tapasztalatokra építve különböző iskolatípusokra és iskolai létszámokra hardver-standardokat kellene kidolgozni, amelyeket folyamatosan újítani kell.

A számítógépekkel nem az a gond, hogy hamar tönkre mennek, hamar, gyorsan elavulnak, néhány év múlva nem tudják betölteni azt a szerepet, amit eredetileg szántak nekik. A hardverfejlesztés és a későbbi szinten tartás a fejlesztési program legköltségesebb eleme, de jó szervezéssel, nemzetközi támogatással, a gazdasági szférával való kommunikációval a költségek csökkenthetők.

A probléma az, hogy nincs elegendő és megfelelő számítógép minden iskolában, és a tanárok felkészültsége is jócskán elmarad attól, amivel már lehetne multimédiát kihasználva oktatni. Időről időre megszervezik az ezzel foglalkozó konferenciákat, ahol megtárgyalják a lehetőségeket és a teendőket ez ügyben, de sajnos valódi előrelépés még valószínűleg sokáig nem valósul meg. Ha ezek léteznének, akkor valószínűleg több, egyértelműen az iskolai oktatást támogató program születne.

A külföldi (főleg angol) nyelvű programokból nyilván jóval nagyobb a kínálat, ám egyrészt kevés iskolában tudnak a gyerekek olyan szinten más nyelveket, hogy ezzel oktatni lehessen, másrészt pedig a különböző tantervek nem úgy épülnek fel, ahogyan a programok, így kicsit körülményesebb is a felhasználásuk.

Ettől függetlenül azokban az iskolákban, ahol megvan rá a lehetőség, vagy megoldhatóak ezek a problémák, ott hatékony segédeszköz lehet a multimédia. Ma már arra is van lehetőség, hogy a tanár saját számítógépén ellenőrizze vagy részben irányítsa az egyes gépeken folyó munkát, így nem kell attól félni, hogy a tanulók elkalandoznak a tananyagtól (másrészt a megfelelően felépített multimédiás program egyébként is megragadja a figyelmet).

Saját tanári észrevételeim alapján elmondhatom: nagyon sok tanár nincs felkészülve és felkészítve a kor kihívásaira. Erre példa a multimédiás ismeretek kezelése. Az oktatási rendszer reakcióideje lassú, a technika fejlődése pedig rettenetesen gyors. A társadalom igényeinek növekedése viszont nagyon gyors. Ahhoz, hogy az iskolákban az informatika tantárgy tanítása sikeres legyen, szükség van a tanárok folyamatos továbbképzésére, a tananyag rendszeres átdolgozására és az iskolák hardver- és szoftverszükségeinek kielégítésére, szinten tartására.

„A számítógépek miniaturizálásának hatására technológiai forradalom van kibontakozóban. Egy évtized alatt akkora lesz a változás, hogy még arról sem tudunk biztosat mondani, hogy közeljövünk a Paradicsomot vagy a Poklot hozza-e számunkra.” (B. Lusatto, 1998.) Az azóta eltelt több mint két és fél évtized optimizmusunkat nem csökkentette. Ennyi idő elteltével érdemes röviden visszatekintnünk a 80-as évekre, amikor jobbra még csak az álmódoszás szintjén eshetett szó az iskolai számítógépesítésről.

A drága oktatás lehet rossz, de a jó oktatás sohasem olcsó.

Theodor Roszak amerikai szociológus erős kritikával illeti a számítógépek mindenhatóságát. Óva int bennünk attól, hogy elhiggyük: a gondolkodás információfeldolgozás, tehát számítógép nélkül lehetetlen. (Roszak, 1990.)

Arra a felvetésre, hogy minek is kell az oktatásban a számítógép, Roszak válaszait túlhaladta az idő. A számítógép már nálunk sem státusszimbólum, és valós tény az is, hogy a jobb állások elnyerésének alapfeltétele a számítógépes ismeretek megléte. Hiszen napjainkban új kihívások jelentek meg.

Bill Clinton volt amerikai elnök 1997-es éves jelentésében a következő négy évre a legfontosabb célok között jelölte meg azt, hogy „minden 12 éves kapcsolódhasson az internetre”. Mi is ennek a közelébe értünk. Ugyanakkor Európa számos országában felismerték már, hogy az ICT (Information and

Az oktatási rendszer reakcióideje lassú, a technika fejlődése pedig rettenetesen gyors.

Communication Technology, azaz az információs és kommunikációs technika) fejlesztésnek fő komponense a gépek mellett a tanár. Ehhez nem elégséges megtanítani a tanárokat a számítógépes alapismeretekre, hanem a pedagógiai, módszertani tudnivalókat is el kell sajátítaniuk. Ennek érdekében kétlépcsős tréningeket terveztek

Európa különböző országaiban (EENET Report, 1998), valamint segítik a tanárokat a számítógéphez jutásban is.

Az információszerezés korlátlan és ellenőrizhetetlen beáramlása az iskolai oktatásba szükségessé teszi az oktatáseméleti, tantárgy-pedagógiai, szakmódszertani kérdések bővítését, kidolgozását annak érdekében, hogy a pedagógusok az iskolai gyakorlatban szakszerűen és optimálisan éljenek az új lehetőségekkel. (Kovács, 1995.)

Bibliográfia

- Bill Clinton elnök éves helyzetjelentése a 105. Amerikai Kongresszus számára. Oktatáspolitikára vonatkozó részletek. Washington, 1997. febr., Fizikai Szemle, 1997. február.
- Coombs, Ph. (1971): *Az oktatás világválsága*. Tankönyvkiadó, Budapest.
- *How learning is changing: information and communications technology across Europe EENet Report*, 1998 Becta Educational Communications and Technology Agency, Coventry.
- Fehér Péter (1999): *A számítógép az oktatásban a harmadik évezred küszöbén*. Új Pedagógiai Szemle, július-augusztus.
- Kovács Ilma (1995): *Távoktatás Franciaországban 1993–1994*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Lussato, Bruno (1998): *Az informatikai kihívás*. OMIKK, Budapest.
- Nagy Sándor (1997): *Az oktatás folyamata és módszerei*. Volis Kiadó, Budapest.
- Reindl Gyula (2004): *Az informatika tanítása és felhasználása a magyar oktatásban*. Új Pedagógiai Szemle, 9. 107–116.
- Roszak, Theodor (1990): *Az információ kultusza*. Európa Könyvkiadó, Budapest.

(A szerző a budapesti Eötvös Loránd Tudományegyetem doktorandusz hallgatója.)

[Szöveg és interpretáció a színészi munkában]

A színész vagy színésznövendék egy szöveg kézbevételeének pillanatában csak annyit tud, hogy az írónak (drámaíróinak) volt valamilyen szándéka, célja, amikor azt a bizonyos szöveget megírta, és hogy ezt neki ki kell derítenie.

Az írói szándék (a szöveg emberi üzenete) egyes esetekben nyilvánvaló, máskor azonban rejtett és komplex, és nem egykönnyen tárja fel magát. Ahhoz, hogy a színész eljusson oda, hogy szerepe szerinti első megszólalásakor tudja és értse: mit, miért, milyen körülmények között, kinek és hogyan mond, mindenekelőtt a szöveggel kell megismerkednie. Ez azt jelenti, hogy meg kell ismernie és értenie a dráma szövegének helyes (a rendező által elképzelt) olvasatát. A dráma szövege lehet verses, hétköznapi, veretes vagy éppen társalgási stílusú, de mindenképpen irodalmi szöveg. „Eminens szöveg”¹ Hans-Georg Gadamer

megfogalmazásában, amely szerint „az irodalom létmódjában van valami egyedülálló és semmihez sem hasonlítható. A megértésbe való átültetést specifikus feladat elé állítja. Semmi sincs olyan idegen és ugyanakkor semmi sem követeli annyira a megértést, mint az írás... Megfejtése és megértése során cso-

da történik: valami idegen és élettelen teljesen jelenlegivé és ismertté

változik át.”² „Az irodalmi szövegek olyan szövegek, amelyek hangzását az olvasáskor hallanunk kell, még ha talán csak belső hallással is, és amiket, ha szavalják őket, nemcsak hallunk, hanem magunkban együtt is mondunk. Valódi jelenvalólétüket azzal nyerik el, ha kívülről tudják őket, *par coeure*. Az emlékezésben élnek ekkor, a rapszódoszéban, a kartáncoséban, a dalénekesében. Mintegy lélekben írtan vannak úton az írásbeliség felé, és ezért egyáltalán nem meglepő, hogy olvasásra épülő kultúrákban *irodalomnak* nevezik az ilyen kitüntetett szövegeket.”³

A színész végigolvassa a darabot, és próbálja megérteni a szöveget. Szókratész tanítása szerint akkor vagyunk képesek az elvont problémák megértésére, ha az elhangzó beszéd logikáját megértjük és követni tudjuk. Ezt a logikai vonalvezetést keressük a leírt szövegben is. Szókratész tanítványa, Platón párbeszédese formában írta műveit, és filozófiájának központjába a dialógus vezetésének művészetét állította. *Kratülosz* című dialógusában



**a megismerés nem más,
mint a lélek önmagával
folytatott párbeszéde,
és a gondolat több,
mint amit szavakban
ki tudunk fejteni**

egy olyan alapvető kérdést fogalmazott meg, amely később évszázadokon keresztül foglalkoztatta az európai gondolkodókat: vajon a szavak a természetből (phüszisz) kapták megnevező képességüket, vagy konvenció, megegyezés (nomosz) kérdése, hogy melyik szavunk mit jelent? Plátón a gondolkodás

és a nyelv között még nem látott túl szoros köteléket. Szerinte a megismerés nem más, mint a lélek önmagával folytatott párbeszéde, és a gondolat több, mint amit szavakban ki tudunk fejteni. Az első olvasatról a színész nagyon is jól tudja, hogy a szöveg több, mint ami a szavakból kiderül. A szöveg mögötti sáv a jéghegy, amiből szóban csak ennyit mond majd ki (ami le van írva) a jéghegy csúcsaként. A dialógusvezetés művészete – a szavak értelmezése a megfelelő helyzet szerint – a színész fontos kifejezőeszközévé válhat. A hermeneutikai vizsgálódás, az irodalmi szöveg interpretációja a színészi munkában is új lehetőségeket jelenthet.

A színész nem szavakban gondolkodik, és nem a szavak lineáris rendje szerint alkot, hanem konfliktusokban (ezek lehetnek szóbeli konfliktusok és cselekedetek is) és helyzetekben. Az írott szöveg első olvasásakor a színész szövegmegértésre való törekvése mögött ezek a szempontok is jelen vannak. Mit is jelenthet a szövegmegértés az első olvasáskor? Manfred Frank szövegmegértés alatt olyan alkotótevékenységet ért, „amely követi az értelem áramlását a történelemben és ezzel túlmegy azon, amit az információelmélet *dekódolásnak* nevez. Dekódolni, azaz megfejteni csakis olyan jelrendszereket lehet, amelyek minden kifejezéshez egy állandó és teljesen meghatározott interpretációt rendelnek hozzá.”⁴

Az első olvasás adta első benyomás nagyon fontossá válhat a színész számára. Nagyon sok rendező kéri, hogy készítsen jegyzeteket erről az első benyomásról, tegye el, és a próbák előrehaladt szakaszában, amikor a szerep végső megformálásánál tart, olvassa újra első megjegyzéseit a darabról és a szerepről.

Az interpretáció során a színész megpróbálja újraolvasások segítségével kikutatni mindazt, ami a drámai szövegben rejlik. Megkeresni a szövegösszefüggésekből és a szöveg mögöttiből feltárható relációkat, a szereplők jellemére, magatartására, viselkedésére vonatkozó utalásokat: „Minden megnyilatkozás elárul és egyben eltitkol valamit.”⁵ Maga az interpretáció szó is értelmezést jelent, amely elárul és titkol valamit, amit fel kell kutatni.

Manfred Frank szerint az írott szó természetes és maradandó jelentést hordoz, de mivel a jelentés a szövegben nincs rögzítve, az olvasó által ez bármikor újrafogalmazható. Ha a színész, „jól olvassa” ki a szövegben rejlő titkokat, feltárul mindaz, amit első olvasásra nem árult el az írás.

A szövegek megértése hermeneutikai jelleget ölt. Gadamer a „megértés” szót a német nyelvben a „megértéssel lenni valami más iránt” jelentéssel magyarázza. (A magyar nyelvben is használhatjuk a szót ilyen kontextusban, például: „Megértem, hogy nem jöttél el hozzám”).

A megértés fogalmát pedig, akárcsak Heidegger, az ember jelenvalóletének (Dasein) kategoriális alapmeghatározottságával magyarázza.

Heidegger három menetű értelmezési modellet állít fel *Az Antigone I. kórusának értelmezése* című munkájában.⁶ E kórus szövegének interpretációján keresztül megpróbálja a létfogalom kategóriájának a megfogalmazását és görög

történetének feltárását. Az általa megfogalmazott *első menetben* a szöveg belső magvát alkotó, nyelvileg meghatározó és az egészet átható kifejezést kell megtalálni és elemezni. Ez Szophoklésznál az ember magányosságát oly végzet-szerűen megfogalmazó „*leghátborzongatóbban otthontalan*” kifejezés. Emiatt a „*rettentő*”, szorongást okozó, félelmet keltő *otthontalanság* miatt válik „*erőszaktevővé*” az ember, aki kilép, sőt kitör otthontalan otthonossága határán túlra, ahol „*tapasztalat híján kiúttalanul a semmihez jut*”. Az ember a leghátborzongatóbban otthontalan – tulajdonképpen ez az ember görög definíciója.

Heidegger szerint az értelmezés *második menete*: a kibontás. Az ember átkel a téli viharban hatalmas hullámokat vető tengeren, földi pályáján maradvá beleveti magát a föld művelésébe, leigazza a földet. Leigazza az állatokat (madarakat, vadakat, halakat). Betöri az állatokat. Ésszel élő lény. Önmagára találásával pedig önmagát jellemzi. Nyelvben élése, megértése, hangulata, szenvedélye, hatalomvágya hordozza és szorongatja. Mindent kipróbál, de bárhova megy, bármerre próbáljon kitörni, a semmibe jut. Csak a saját körén belül maradhat, s egyvalamin úgyszólván elbukik: ez a legyőzhetetlen, az elkerülhetetlen halál. Ez az, amitől nem tud menekülni. Hiába gondol ki újat, bölcsét. Hiába talál gyógyírt a „nyavalyákra”. Törvényeket készít, és ezek alapján uralkodik...

A *harmadik menet* a tulajdonképpeni értelmezés mint a kimondatlan kimondása. Ez nem más ebben az esetben, mint a leghátborzongatóbb otthontalanságunk, amibe beleszületünk. Belekényszerülünk az otthontalan jelenvaló létbe, mindent lebírónak, kibírónak, uralkodónak, kitörőnek, semmibe érkezőnek és halálát beengedőnek. A halál lebírná az embert. Ennél jobban, ennél szebben, ennél tömörebben az emberi létet azóta soha fogalmazták meg.

Manfred Frank azt mondja, nem elég megfejteni, értelmezni is kell a szöveget úgy, hogy az egyedít általánosként tárjuk fel. *Általános*, mert az irodalmi szöveg nemcsak az egyén szocializációs drámáját, hanem ezen keresztül saját korának jellegét, szabály-összességét is megjeleníti. *Individuális*, mert e szabályösszességet egyedi módon fogalmazza meg, és ezzel tulajdonképpen túl is haladja.

Tehát az interpretátor munkája az is, hogy a szöveg minden szerkezeti egységében felfedezze az egyénit, és az író egyéni stílusában „a felfüggesztett szimbolikus rend nyomait”.⁷

M. Frank szerint az individuális adalékhoz nem lehet a mű struktúrája vagy a műfaja felől eljutni: „A stílus-megértés metodológiai megmérhetőségének alternatívája egyedül az az elhatározás, hogy az ember minden hipotézisről lemond a szöveg értelmét illetően, lemond az interpretáló igényéről, homályban hagyja a szöveg történetiségét, és csak a konvencionális típusok megfejtésének metodikailag ellenőrizhető munkájára szorítkozik.”⁸ Stílus révén minden mű kérdéseket intéz az élthez és az időhöz, ami azt is jelenti (Frank szerint), hogy megkérdőjelezi őket, mintegy arra serkentve az olvasót, hogy újrafogalmazza ezeket a saját helyzetéből.

A 20. századi irodalomtudomány az interpretációra alkalmazott stratégiák absztrakciójaként határozható meg. Bizonyos időszakokban, bizonyos térben és időben bizonyos recepciók elvárások fogalmazódtak meg, amelyekre

A színész nem szavakban gondolkodik, és nem a szavak lineáris rendje szerint alkot, hanem konfliktusokban és helyzetekben...

különböző metaolvasati stratégiák értelmezhető. Egyesek az irodalom genetikus kontextusában látják a megoldást, mások a szöveg szigorú immanenciájában. A különböző elméletek kiindulási és végpontja mindig az interpretáció. Az értelmezésre mindig valamilyen általános elvet próbálnak felállítani.

Hans Robert Jauss az „elvárási horizontot” ontologikus tényezőnek nevezte.⁹ Az interpretáció triadikus egységét két különálló részre osztja: filológiai és szövegelemző hármas lépésekre. Amíg a filológiai értelmezés megértés, befogadás és értelmezés-lépcsői azonnal egybeolvadnak, addig a szövegértelmezés három lépésre tagolható: esztétikai érzékelő, retrospektív értelmező és történeti olvasásra. Ez a jaussi szövegértelmezés azon az

A költő individualitása a teljes élet manifesztációja.

elméleten alapszik, amelyet Gadamer hermeneutikai folyamatként *intelligere* (megértés), *interpretare* (értelmezés) és *applicare* (alkalmazás) részekre osztott.

Jauss szerint az esztétikai karaktert az értelmezés premisszájává kell tenni. Az esztétikai megértés, amely az irodalmi szöveg észlelésének folyamatára irányul, gyakran csak többszöri olvasás után válik egyértelművé. Az első olvasáskor a *megértés* megelevenítheti a *felismerő látást* és a *látó felismerést*, amely értelemfeltáró lehetőségként nem igényel azonnali értelmezést. A második, *reflektáló értelmezés* az első olvasás tapasztalatát teszi az olvasás horizontjává. Ez a momentum a színészi munkában nagyon fontosá válik. Ilyenkor fedezzük fel a különböző összefüggéseket. Megtörténik, hogy az első felvonásban elhangzó mondatunknak a harmadik felvonásban találjuk meg igazi magyarozatát. Vagy csak többszöri olvasás után jövünk rá egy igen fontos viselkedési módunkra, egy másik szereplő ránk vonatkozó megjegyzéséből.

A rekonstruktív megértés vezet el az *applikatív* lépcsőhöz. Jauss háromlépcsős interpretációja kiegészíthető M. Riffaterre befogadási kategóriáival, amelyek anticipáció és korrekció változásaként jelennek meg. Ezek a *feszültség*, a *meglepetés*, a *csalódás*, az *ironia* és a *komikum*. Az aiszthesziszben (felismerő látás és látó felismerés) kiegészíti egymást a felismerés és újrafelismerés, valamint a csalódás negatív kategóriája mellé a kielégített eljárás pozitív kategóriája állítható. A riffaterri modell ideális olvasót feltételez, aki csodálkozni tud, és csodálkozását ki is tudja fejezni. A második olvasás horizontváltásában a színész megválaszolhatja minden feltett kérdését, kifürkészheti a mű teljes jelentését. A harmadik, történeti olvasás a mű korát és születésének körülményeit próbálja rekonstruálni.

Ha kommunikációs modellként fogjuk fel az interpretációt, az író, az alkotó lesz a *feladó*, a mű az *üzenet*, az értelmező pedig a *címzett*. Megállapítható, hogy a címzettnek igen nagy szerepe van az üzenet újrafogalmazásában, amely a színházi előadás során már más címzett felé irányul.

A mű értelmezésének horizontja a befogadó „életvilága” (Lebenswelt). A Roman Ingarten által felállított ontológiai alaphelyzet szerint a strukturált szöveg csak az olvasó tudatában konkretizálódik, és léte csak akkor válik „aktuálisá”, ha a befogadó tudomásul vette.¹⁰

Roland Barthes az irodalmi hermeneutikát *enigmatikus kódnak* tartja. Már a 19. század szövegértelmező diszciplinái felismerték, hogy a szövegértéshez nem elég a filológiai (grammatikai, stilisztikai) elemzések alkalmazása, reprodukcióra van szükség, az írói szándék rekonstruálására, a szöveg

mögötti szféra feltárására, amelyben vélemény és szándék, érzelem és értelem, indulat és logikus érvelés mind írói szándékot fed fel.

A költői szövegek „eleve művészet révén létrehozott ábrázolások”, „a szöveg elvileg igényli a megértést, amely tulajdonképpen a beszédaktus megfordítása, egy konstrukció utánalkotása. Ennek megfelelően a hermeneutika a retorika és a poétika megfordítása.”¹¹

A produkcióra vonatkozó reprodukció Gadamernél Kant esztétikai alapmeghatározását követi, amely szerint a „művészi gondolkodást” „csak a kisebb vagy nagyobb tetszés különbözteti meg”, s tulajdonképpen mindez „csak a szubjektum pillanatnyi aktsa.”¹² Azt is kifejti *Igazság és módszer* című művében, hogy minden, ami megérthető, az egyben ki is fejezhető nyelvünk segítségével. Szerinte a megértési szándék teljesülése részleges, de lehet tökéletes is. Ez „divinatorikus magatartás”-t kér, amely egyfajta behelyezkedést jelent a művet létrehozó író gondolkozásába, egész alkotába, stílusába, sőt a művet létrehozó „belső folyamatba”, és ez valahol a teremtő aktus megismétlése. A költő individualitása a teljes élet manifesztációja. A divinációt az önmagunkkal való összehasonlítás indítja el. Minden gondolatot életmozzanatként kell megérteni az író egyénisége szerinti teljes összefüggésben. A megértés bizonyítéka a helyes értelmezés. A megértés a műből kiindul és a művön kívülálló megközelítési módokat kívánja összeegyeztetni.

A színpadi műalkotásban a mindennapi élet jelrendszerei más szabályszerűséget kapnak. Elsősorban arra az alaphelyzetre kell gondolni, ami tulajdonképpen egy kommunikációs határhelyzet: a színpadon elhangzó dialógusokat a partnerek csak látszólag címezik egymásnak, az üzenet tulajdonképpen a közönségnek szól. Végeredményben a színházban minden jelrendszer együttesen a közönség számára szerveződik.

A színész alkotómunkája az írott szövegből indul ki, és oda is tér vissza, hiszen szerepének szövege az, ami alakítását lehetővé teszi. A szavak lineáris rendjében felépített drámai alakot, a párbeszéd szövegét befejezett egészként készen kapja, ezen nincs mit változtasson a színrevitel során. A színész nem azért alkotó művész, mert átírja, meghúzza, kiigazítja a drámaíró szövegét (bár az is gyakran előfordul, hogy a rendezővel közösen változtatásokat eszközölnek), hanem azért, mert életre kelti. „A szöveg a színpadon elveszti önállóságát, a szó beépül a látványba, s annak rendelődik alá: a párbeszéd szerkesztése és jelentése az előadásban nem a verbális közlés módja szerint történik, hanem a látvány, a nem verbális közlés logikája szerint. Minden jelzés használatát és jelentését az ikonikus kontextus szabja meg.”¹³ A színész alakítása során nem pusztán a szöveg költői üzenetét eleveníti meg, hanem a szerep jelentéstartalmába beépíti a rendezői víziót és saját mondanivalóját is. Mert – Füst Milánt parafrázálva – lehetetlen, hogy a színpadon csak annyiról legyen szó, amiről éppen beszélnek.

Végezetül: a színészről Gadamer a *Szöveg és interpretáció*ban azt mondja: „A szavalás igazi mestere vagy művésze ezzel szemben a nyelvi alakulat egészét fogja prezentálni, hasonlóan a színészhez, akinek úgy kell újjászülni szerepének szavait, mintha abban a pillanatban talált volna rájuk. Nem

A színész nem azért alkotó művész, mert átírja, meghúzza, kiigazítja a drámaíró szövegét, hanem azért, mert életre kelti.

szabad, hogy beszéde elemek sorozata legyen: értelemből és hangzásból formált egészeknek kell lennie, mely önmagában megáll.¹⁴

(A szerző a BBTE doktorandusa, oktatója.)

IRODALOM

- BARTHES, Roland: *A műtől a szöveg felé*. In: *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása*. Osiris Kiadó, Budapest, 2002.
- BOJTÁR Endre (szerk.): *Struktúra, jelentés, érték*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1988.
- FRANK, Manfred: *A stílus filozófiája*. Janus-Osiris Kiadó, Budapest, 2001.
- GADAMER, Hans-Georg: *Az „eminens” szöveg és igazsága*. In *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása*. Budapest, 2002.
- GADAMER, Hans-Georg: *Igazság és módszer. Egy hermeneutika vázlatja*. Ford. Bonyhai Gábor. Gondolat Kiadó, Budapest, 1984.
- GADAMER, Hans-Georg: *Szöveg és interpretáció*. In *Szöveg és interpretáció Szerk. Bacsó Béla*. Cserépfalvi Kiadó, Budapest, 1991.
- HEIDEGGER, Martin: *Bevezetés a metafizikába*. Ikon Kiadó, Budapest, 1995.
- INGARTEN, Roman: *Az irodalmi műalkotás kétdimenziós szerkezete*. In: *Struktúra, jelentés, érték*. Szerk.) Bojtár Endre. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1988.
- JAUSS, Hans Robert: *Recepcióelmélet-esztétikai tapasztalat-irodalmi hermeneutika*. Szerk. Kulcsár Szabó Zoltán. Osiris Kiadó, Budapest, 1999.
- ONG, Walter J.: *Text As Interpretation in Oral Tradition in Literature*. Columbia, Univ. of Missouri Press. 1986.

Jegyzetek

- 1 Gadamer 2002. 229–234.
- 2 Gadamer 1984. 125.
- 3 Gadamer 1991. 17–43.
- 4 Frank 2001. 111–186.
- 5 Ong 1986. 2.
- 6 Heidegger 1995. 75–83.
- 7 Frank 2001. 111–186.
- 8 Frank 2001. 111–186.
- 9 Jauss 1999. 158–177.
- 10 Ingarten 1988. 283–291.
- 11 Barthes 2002. 95–99.
- 12 Gadamer 1991. 17–43.
- 13 Gadamer 1991. 17–43.
- 14 Gadamer 1991. 17–43.

[Foglalkozása szerint fogyasztó]

A divatblog kapcsán

A hetvenes évek elméletirői fedezték fel a fogyasztót, az individuális térhasználót, a city-kultúrát szuverén módon használó és alakító társadalmi szereplőt.¹ A kulturális gyakorlatok antropológiája e szereplők marginális pozíciójának egyfajta felülírt centrum vonatkozásában tulajdonított jelentőséget. A kilencvenes évek etikája pedig felfedezte az individualizmus esztétikai formáját, s ez lett az alapja a fogyasztói stratégiák elemzésének.²

Az a módosult szerkezetű nyilvánosság, amelyet a civil média,³ a bloggervilág megjelenése teremtett, jelentősen áthelyezi a kérdés súlypontját. Mégpedig úgy, hogy már nem az individuális felhasználó rehabilitálása, befolyása lehetőségfeltételeinek bizonyítása lesz a tét, hanem ezeknek a lehetőségeknek a leírása, az elemzése, a kiszámíthatóvá, tervezhetővé tétele. Ezt a folyamatot látom nagyon élesen körvonalazódnia a fogyasztói magatartások egyik autonómmá vált, de mondhatnánk akár kitüntetett területén, az öltözködéskultúráén. A divatvilág az elmúlt tíz évben ugyanis több olyan szakmai identitás kialakulására hozott példát, amelyek korábban nem léteztek, és a hivatásossá válás folyamata egy évtized alatt ment végbe: a stíluskommunikátor – amely létezett ugyan korábban, viszont nem végzettségszerűen –, a *fashion thinker*, a divatblogger, a *trend-analyst*, hogy csak azokat említsem, amelyek a divattal elméleti szinten állnak összefüggésben, az öltözködéskultúra materiális összetevőinek alakításában nem vesznek részt.

A divatblogok története mindössze hatéves. 2002-ben Jenny Sinclair írta össze az Egyesült Államokban megjelenő divatblogok listáját,⁴ 2003-ban pedig már arra is volt példa, hogy divatbloggert hívtak meg a New York Fashion Weekre. A 2006-os őszi divathét hozta meg a divatbloggerek áttörését, s azóta folyamatos jelenlétüket a divatvilág nagy eseményein.⁵ Azóta folyamatosan felröppennek többé vagy kevésbé ellenőrizhető hírek arról, hogy mekkora kereseti lehetőséget jelenthet egy-egy divatblog, illetve milyen presztízsrre és befolyásra tehet szert annak szerzője. Reklámlehetőségként viszont a prêt-à-porter multik is felfedezték: a H&M, illetve a Gap Inc. volt az első két cég, amely élt ezzel



a lehetőséggel. Romániában a divatmagazinok viszonylag későn kezdtek el érdeklődni a jelenség iránt. Az első ismertető jellegű, román példaanyagot nem hozó összeállítás a *Harper's Bazaar* román kiadásának második, 2007 decemberi számában jelent meg,⁶ 2008 májusában pedig az *Elle* a román divatblogokban is tájékoztató cikket közölt.⁷ A szerző azzal a következtetéssel zárta a „mioritikus blogoszféra” bemutatását, hogy a néhány román fashion-street-blog létezésétől eltekintve, a román divatblog műfajnak még nincsenek értő gyakorlói. Ehhez a kérdéshez viszont a zárlatban térünk majd vissza.

Műfaj-meghatározás. Tipológia

Mi is a divatblog egyáltalán? A műfaj meghatározásai általában meglehetősen induktívak, egyik kedvenc definícióm így hangzik: „a divatblogok divatról, ruhákról, kiegészítőkről szólnak, és tartalmazhatnak kifutó-divatról, celeb-divatról és street style-ról szóló megjegyzéseket.”⁸ Az ilyen típusú definíciók tanácstalansága mutatja, hogy tulajdonképpen a tematikus blogok azon csoportja tartozik ide, amelynek szerzői profiljában a divat érdeklődési körként szerepel, és innen aztán a jelenségnek többféle csoportja állhat érdeklődésének középpontjában. Az, amit a fenti meghatározásban Ceri Heathcote dilemmájaként érzékeltünk, tulajdonképpen már abból adódik, hogy a divatblogon belül műfajkategóriák vannak kialakulóban, s ezeknek az egy név alatt való összefogása okoz gondot. A divatújságírás tematikus

**e blogok működtetését
főként a szenvedély magya-
rázhatja**

skálájába a 80-as évek francia, belga és holland divattervezői által került be az utcai divat, előzményeként pedig a Vivienne Westwood, Jean-Paul Gaultier nevéhez kapcsolható, zenei szubkulturárból inspirálódó divattervezői stratégiákat emelhetjük ki. Ennek a hivatásos divattól a mindennapi

öltözködéskultúra irányába elmozduló tendenciának a továbbfejlesztését jelentik a divatblogok, s lehetővé teszik olyan jelenségek dokumentálását, amelyeket korábban nem tartottak a divatvilág részének. Kettős folyamat játszódik le tehát: a divatblog tematikájában megmarad ugyan a divatnak nevezett kulturális gyakorlat keretein belül, viszont azokkal a jelenségekkel, amelyeket e gyakorlathoz tartozóknak tekint, tágítja annak kereteit, addig oda nem tartozó, láthatatlan mozzanatokot emel be.⁹ A meghatározás nehézségeit most magam is az empirikus olvasmányélmények osztályozásával szeretném elkerülni, ezért javasolom a következő divatblog-tipológiát, azzal a megszorítással, hogy adott blog esetében több műfajirány is jelen lehet.

Trendkalauz és divatvilág-ismerető; eseménycentrikus divatblog – ebbe a kategóriába azokat a blogokat sorolom, amelyek a divatvilág eseményeit követik nyomon, a különböző divathetekről tudósítanak, és eligazítót adnak a legfrissebb trendek felől; ezek azok a blogok, amelyek a magaskultúra művészeteként értett divatnak adnak használati értéket.¹⁰

Bulvár-divatblog – ezek a divatblogok az *InStyle* magazin koncepciójába illeszkednek, és a sztárok viseletét, imázsmódosítását elemző, értékelő rövid képkommentárokat tartalmaznak, illetve ruhaviseletre koncentrálo be-

számlókat a divatvilág legnevezetesebb összejeveteliről; ennek a műfajnak extrém példája az egyetlen sztár öltözködéskultúrájára koncentráló blog.¹¹

Tematikus kiegészítőblog – a táskákról, ékszerekről, cipőkről szóló tematikus blogok ezek, általában konkrét reklámfogásokkal.¹²

Személyes stílus-blog – egy egyéni fogyasztó választásairól, lookjáról, vásárlói szokásairól, shoppingkultúrájáról szóló blog, amelyben igen nagy szerep jut a *vintage* divatnak.¹³

Streetstyle-blog – azok a blogok, amelyek egy-egy nagyváros, ország öltözködéskultúráját akarják bemutatni hétköznapi öltözködéshez kapcsolódó összeállításokkal, ezek általában földrajzi szempontok szerint csoportosíthatók, kapcsolódhatnak egy földrajzi régióhoz vagy a szerző személyes, változó életteréhez.¹⁴

Best of. Hierarchiák és működésük

A mennyiség/minőség közötti összefüggés, a hierarchiák megállapítása azért is nagyon komplex kérdés a divatblogok esetében, mert nincsenek meg azok a fórumok, amelyek az elismertség szempontjából mérvadóak lennének. Már csak akkor is nehézségekbe ütközünk, ha be szeretnénk látni a divatblogok teljes spektrumát, és ez nem csupán amiatt van így, mert a számuk napról napra növekszik.¹⁵ A hierarchia felállításának többféle szempontja lehetséges, végső soron viszont mindezek a blogok minőségének abszolút mércéjével, a látogatottsággal függenek össze. Az első szempont az *anyagi*: az *advertising*-ből származó bevétel nagysága lehet a blogok hierarchiában elfoglalt helyének mércéje. Erre az az exkluzívan táskákat értékelő oldal a legjobb példa, amelynek hirdetésekéből származó jövedelmét 2006-ban 800 ezer dollárra becsülték.¹⁶ A másik szempont pedig az lehet, hogy a *divatvilág kritikai fórumai* mennyire igazolják vissza valamely divatblog értékét. Így például a streetstyle-blogok klasszikusának, a *The Sartorialist*-nak a szerzője a legnagyobb divatportál alkalmazottja lett,¹⁷ 2006 októberében pedig a Saks Fifth Avenue kirakatát blogoldalának szimulációjaként tervezték meg.¹⁸ Azonban csak az arányok érzékeltetése végett, a 2006-os Vogue-beli adatok alapján az oldalnak napi 23 ezer látogatója volt.¹⁹ Mindezt kevesebb mint egy év alatt érte el szerzője, hiszen az oldalt 2005 szeptemberében indította. 2006-ban a *Vogue* divatmagazin mustrája jelentette azt a fórumot, ahol a ma legidézettebbeknek számító divatblogokat felfedezték. A divat blogoszférájából ekkor tizenkét oldalt választottak ki rövid, a profilbeli adatokra épített elemzésre, további nyolcat pedig leírás és cím alapján jellemeztek. Ugyanezzel az érvényesülési mechanizmussal rendelkeznek azok a blogok, amelyeket a divatmagazinnak vagy a nagy divatportálok rendelnek meg. Társadalomtörténeti szempontból a fizetett és szenvedély-divatblogger között komoly státuskülönbség van. A divatblogok hierarchiájának elképzelhető lenne más erőforrásból táplálkozó kialakítása: a *blogdíjak*. Azonban a Weblog Awards 2007-ben nem hozott létre külön divatblog-kategóriát, holott a sportnak, szórakozáskultúrának szentelt blogokat külön szelekcióban díjazták.²⁰ Utolsóként még a *blogokon belüli hierarchiák* lehetőségét említem meg. Ez

mérhető úgy is, hogy a kommenteket hagyók közül kik azok, akik blogot vezetnek és elismerő megjegyzéseket hagynak. Erre a szempontra a legjobb friss példát Agathe Malvik 26 éves oslói lány *Stylebytes* nevű blogjának megszűnése jelentette. Agathe blogja a személyes stílusblogok legjobbjának számított, a 26 éves lány titkárnői fizetéséből a H&M-ben és a turkálókban szerezte be ruháit, és saját ruhatárának kombinációs lehetőségeit jelenítette meg. 2008 áprilisa óta az oldalt nem fejlesztette, másfél hónapja már az oldal sem elérhető. Az Agathe blogjáról korábban letöltött képek viszont más blogokon elérhetőek, és több oldalon is megjelent fórumtopikként, hogy hova tűnhetett a blog szerzője, melyek lehettek a hirtelen abbamaradás okai.²¹

Ezekkel a példákkal már közel is járunk ahhoz a kérdéshez, hogy milyen intenciók állnak a divatbloggerkedés mögött. A bloggerek identitásának, konstruált, valós identitásuk közötti különbségnek a kérdést itt megkerülöm, azt viszont jelezni, hogy az intenciók a blog jellege, illetve a profil alapján követhetőek. Bár a reklámokból származó nagy bevételek arra utalnak, hogy a legtöbb esetben anyagi érdekek is állnak a divatbloggerkedés mögött, én helytállóan érzem azt kijelenteni, hogy e blogok működtetését mégis főként a szenvedély magyarázhatja. A bloggerkedés által karriert befutók száma és a divatblogger-társadalom tagjainak száma közötti különbséget nem tudom konkrét adatokkal példázni, de tény az, hogy a divatbloggerek igen kis száma építheti karrierét a naponta 2–3 órában frissített oldalának tartalmára. És az általam áttekintett példák azt is bizonyítják, hogy a karrierré alakított profi bloggerkedés nem mindig garancia a divatblog minőségére.

Zárásként pedig térjünk vissza a román *Elle*-ből idézett problémára. Van-e Romániában, Kelet-Közép-Európában divatblogger társadalom? Újraképz-e a divatbloggerkedés a centrum és periféria, a divatfőváros és vidék oppozíció? Van-e esély arra, hogy a nagy divatcentrumokhoz képest elhanyagolhatóbb tradíciókkal rendelkező régió divatbloggerei olyanfajta karriertípusokat fússanak be, mint a nagy divatcentrumokban élők? Nyújthat-e megfelelő és elégséges kihívást egy divatblogger számára egy kisváros? Ezekre a kérdésekre eltérő folyamatok analógiaként való felhasználása adhat választ. Kis irodalmak affirmációja, a minden-diaszpóra-szemléletek elterjedése. Illetve a divatvilág folyamatosan pluralizálódó inspirációs forrásai. Amiből a tanulás csak annyi, hogy lokális divatopikákat érdemes kommunikálni a nem divatfővárosokba született divatbloggereknek.

(A szerző a budapesti Eötvös Loránd Tudományegyetem doktorandus hallgatója, kutató.)

Jegyzetek

- 1 Ld. CERTEAU, Michel De : *La Culture au pluriel*. Union générale d'éditions, Paris, 1974 ; Uő : *Arts de faire I. Invention du quotidien*. Union générale d'éditions, Paris, 1980; FOUCAULT, Michel: *L'herméneutique du sujet. Cours au Collège de France 1981–1982*. éd. établie sous la dir. de François Ewald et Alessandro Fontana; par Frédéric Gros, Gallimard - Seuil, coll. Hautes Études, Paris, 2001.

- 2 ONFRAY, Michel: *La sculpture de soi: la morale esthétique*. Bernard Grasset, Paris, 1993, LIPOVETSKY, Gilles: *L'ère du vide. Essais sur l'individualisme contemporain*. Gallimard, Paris, 1983; Uő: *L'Empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*. Gallimard, Paris, 1987 ; Uő: *Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*. Paris, Gallimard, 2006.
- 3 GILLMOR, Dan: *We the media – Grassroots Journalism by the People, for the People*. O'Reilly Media, Sebastopol, California, 2004.
- 4 <http://www.theage.com.au/articles/2002/10/17/1034561201639.html> [2008HYPERLINK „<http://www.theage.com.au/articles/2002/10/17/1034561201639.html>” <http://www.theage.com.au/articles/2002/10/17/1034561201639.html> [2008. június 27.]
- 5 http://online.wsj.com/public/article/SB115801727410860002-3NtzCOa4qvjFhAlAC1lCEhM4_20070911.html [2008HYPERLINK „http://online.wsj.com/public/article/SB115801727410860002-3NtzCOa4qvjFhAlAC1lCEhM4_20070911.html” http://online.wsj.com/public/article/SB115801727410860002-3NtzCOa4qvjFhAlAC1lCEhM4_20070911.html [2008. június 27.]
- 6 STAN, Christian: Fenomenul fashion blogging. *Harper's Bazaar*, Nr. 2 anul 1, decembrie 2007, 114–115.
- 7 ROSETTI, Adina: Căutare: fashion blog. *Elle*, România, mai, Mai, 2008, 134–137.
- 8 <http://www.helium.com/items/678939-the-influence-of-fashion-blogs-on-trends-and-fashion> [2008<http://www.helium.com/items/678939-the-influence-of-fashion-blogs-on-trends-and-fashion>] [2008. június 27.]
- 9 A divatelmélet központi fóruma, a *Fashion Theory* című folyóirat például még nem elemzte a jelenséget. A divatbeli orientalizmus felfedezése is az utóbbi 4-5 év fejleménye. LESHKOWICH, Ann Marie, JONES, Carla: What Happens When Asian Chic Becomes Chic in Asia? *Fashion Theory*, 1-2. szeptember 2003, 281-299; SANJAY, Sharma, ASHWANI, Sharma: White Paranoia: Orientalism in the Age of Empire. *Fashion Theory*, uo., 301-317. Ugyancsak elmaradt a divatblogok kérdése a legújabb, a divatstúdiumok tárgyát összefoglaló bevezetőből: Yuniya KAWAMURA, *Fashionology. An Introduction to Fashion Studies*, Dress, Body, Culture, Berg Publishers, 2005.
- 10 Ld. pl. <http://www.tendances-de-mode.com/>; <http://stylebubble.typepad.com/> [2008. június 27.]
- 11 Ennek példája a Gwen Stefani-elemzőnek indult, aztán celebckizővé alakult blog: http://gofugyourself.celebuzz.com/go_fug_yourself/2004/07/ [2008. június 27.]; az Index hasonló blogja: <http://csecsebecse.blog.hu/>
- 12 <http://shoeblogs.com/> – a legjelentősebb cipőkről szóló blog; <http://www.bagsnob.com/>; magyar cipőblog: [http://bornonheels.blog.hu/](http://bornonheels.blog.hu;); [2008. június 27.]
- 13 <http://www.stylebytes.net> HYPERLINK „<http://www.lapipalette.com/>” www.lapipalette.com HYPERLINK „<http://www.stylebytes.net/>” www.stylebytes.net; HYPERLINK „<http://www.ilkemystyle.net/>” www.ilkemystyle.net; HYPERLINK „<http://www.ourstyle.freeblog.hu/>” www.ourstyle.freeblog.hu; [2008. június 27.]
- 14 <http://ourstyle.freeblog.hu/> (Budapest); HYPERLINK „<http://ourstyle.freeblog.hu/>” [www.ourstyle.freeblog.hu](http://ourstyle.freeblog.hu); (Budapest); <http://urbnstyle.blogspot.com/> (Budapest); <http://ourstyle.freeblog.hu/> (Budapest); HYPERLINK „<http://ourstyle.freeblog.hu/>” [www.ourstyle.freeblog.hu](http://ourstyle.freeblog.hu); (Budapest); <http://urbnstyle.blogspot.com/> (Bukarest); <http://www.garancedore.fr/> (Párizs); HYPERLINK „<http://ourstyle.freeblog.hu/>” [www.ourstyle.freeblog.hu](http://ourstyle.freeblog.hu); (Budapest); <http://urbnstyle.blogspot.com/> (Bukarest); <http://www.garancedore.fr/> (Párizs); HYPERLINK „<http://ourstyle.freeblog.hu/>” [www.ourstyle.freeblog.hu](http://ourstyle.freeblog.hu); (Budapest); <http://urbnstyle.blogspot.com/> (Buka-

- rest); <http://www.garancedore.fr/> (Párizs); <http://thesartorialist.blogspot.com/> (New York, Milano, Párizs, illetve a szerző útvonalai szerint.) [2008. június 27.]
- 15 A divatblogok teljes spektrumának átfogására vállalkozik az a blog, amely felkéri a divatblog-szerzőket, hogy jegyezzék fel oldaluk adatait (<http://fashion-blogs.skyrock.com/>), illetve a The Coveted című blog kategóriákba gyűjti az általa ismert oldalakat (<http://the-coveted.com/blog/blogs-to-covet/>), ez a lista önálló link az oldalon belül, nem blogroll-szerű.
- 16 http://www.bagsnob.com/HYPERLINK_„http://www.bagsnob.com/” <http://www.bagsnob.com/>; Az adathoz ld. STAN: I. m. HYPERLINK_„<http://www.bagsnob.com/>” <http://www.bagsnob.com/>; Az adathoz ld. STAN: I. m. HYPERLINK_„<http://www.bagsnob.com/>” <http://www.bagsnob.com/>; Az adathoz ld. STAN: I. m. 115.
- 17 <http://www.vogue.fr/pages/article.asp?prov=&ida=11905&p=2> HYPERLINK_„<http://www.vogue.fr/pages/article.asp?prov=&ida=11905&p=2>” <http://www.vogue.fr/pages/article.asp?prov=&ida=11905&p=2> [2008. június 27.]
- 18 http://nymag.com/daily/intel/2006/10/fashion_blog_steam_up_saks_wi_1.html [2008] HYPERLINK_„http://nymag.com/daily/intel/2006/10/fashion_blog_steam_up_saks_wi_1.html %5B2008” http://nymag.com/daily/intel/2006/10/fashion_blog_steam_up_saks_wi_1.html [2008. június 27.]
- 19 Csak összehasonlításként említem, hogy a *Transindex* napi 11 ezer körüli nézettséggel rendelkezik [2008. június 27.]
- 20 <http://2007.bloggies.com/> [2008. 06. 27.]. Manolo, magát egyenesen A *Cipőblogger*nek nevező szerző tiltakozott az általa „igazságtalannak” nevezett eljárás ellen: <http://shoeblogs.com/2007/11/01/injustice-again/> [2007. 06. 27.]
- 21 <http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/> HYPERLINK_„<http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>” <http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>; HYPERLINK_„<http://fashionindie.com/where-is-stylebytes/>” <http://fashionindie.com/where-is-stylebytes/> HYPERLINK_„<http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>” <http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>; HYPERLINK_„http://becauseimaddicted.net/2008/05/where-is-stylebytes_28.html. %5B2008” http://becauseimaddicted.net/2008/05/where-is-stylebytes_28.html. [2008] HYPERLINK_„<http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>” <http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>; HYPERLINK_„<http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>” <http://the-coveted.com/blog/2008/05/21/the-stylebytes-mystery/>; . június 27.]

Az internetes reklámok hatása a kolozsvári közgazdaságtan- hallgatókra

Kutatásomban a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának hallgatóit kérdeztem azokról a témakörökről, amelyek az internethasználattal és az internetes reklámok befolyásolási hatásaival kapcsolatosak. A felmérés eredményei hasznosnak bizonyulhatnak mindazon vállalatok számára, amelyek a világhálón való megjelenést tűzik ki célként, de azoknak is, amelyek már valamilyen formában megjelentek az internetes környezetben, hiszen segít nekik a fogyasztói csoport magatartásának jobb megértésében.

A bemutatott befolyásolási technikák és ezek hatékonyságának ismertetése után felvetődik a kérdés, hogy egy konkrét, valós helyzetben mennyire érik el céljukat az internetes reklámok, mennyire győzik meg a fogyasztókat arról, hogy a kijelölt termék kielégíti a szükségleteiket, és mennyire bírják rá a vásárlásra. Ebből a célból kérdőíves felmérést készítettem, amelyben az on-line reklámok hatását vizsgálom a közgazdaságtan hallgatók körében.

Több okból kifolyólag választottam ki ezt a csoportot. A közgazdaságtan-hallgatóknak egyetemi tanulmányaik során munkájukban használniuk kell az internetes forrásokat, másrészt pedig tanulnak az internetes kereskedelemről, az interneten létező, növekvő piactérről, sőt, az internetes reklámokról is (például a marketing- és gazdasági informatika szakon). Éppen ezért ezzel a kutatással felderíthető, hogy az egyetemi tananyag – ami általában elméleti szinten többet nyújt, mint gyakorlati szinten – mennyire mélyül el az egyetemistákban, és mennyire elevenedik fel, amikor gyakorlati kérdésekben kell választaniuk, dönteniük. Másrészt pedig a közgazdaságtan-hallgatókból pénzügyi szakemberek, mar-



ketingszakértők, piacutatók lesznek, és számukra az internetes piacon való tájékozódás alapvető fontosságú a szakmájukban rejlő lehetőségek kiaknázásához. A harmadik ok az, hogy az egyetemisták kiemelkedő fontosságú piaci szegmentumot jelentenek a vállalatok számára, hiszen ez a fogyasztói kategória – kevés kivétellel – már rendelkezik a vásárláshoz szükséges pénzzel, és például már elkezdődött bennük a márkahűség kialakulásuk. Fontos szempont az is, hogy ez az az első felnőtt generáció, amely számára már nem jelent gondot az internetezés, kihívást az internetes vásárlás vagy az on-line banking, nagy százalékuk már rendelkezik széles sávú internetkapcsolattal, és akik lépést tudnak tartani a technológiai fejlődés vívmányával.

A kutatás módszertana

Kutatásom célja volt kideríteni, hogy a közgazdász egyetemisták idejének mennyi részét foglalja le az internetezés, mennyire használják ki a világháló elterjedése által nyújtott lehetőségeket, és mennyire befolyásolják őket a reklámok. A vizsgálatban szereplő kérdések összeállításához előzetes kutatást végeztem aktuális sajtóanyagokban, fórumokon és weboldalakon szereplő, az emberek által igen gyakran feltett kérdések nyomán.

A közgazdaságtan-hallgatók sokaságát választottam ki a kutatásom számára. Ez a Babeş-Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának I., II., III. és IV. éves nappali tagozatos hallgatóit jelenti. Ez összesen 924 személy, akik között 280-an (30%) elsőévesek, 246-an (27%) másodévesek, 187-en (20%) harmadévesek és 211-en (23%) negyedévesek. Ennek megfelelően a mintát is oly módon választottam ki, hogy ezek az arányok megmaradjanak. Összesen 100 kérdőívet töltöttem ki, ezeknek 30%-át elsőévesekkel, 27%-át másodévesekkel, 20%-át harmadévesekkel és 23%-át negyedévesekkel. Azért igyekeztem ezt betartani, mert feltételeztem, hogy az évfolyam és az internetfelhasználói szokások egymással kapcsolatban állnak, hiszen másképp használják az internet által nyújtott lehetőségeket az elsőévesek, mint a harmad- vagy negyedéves végzősök.

A kérdőív összeállításakor arra törekedtem, hogy válaszai minél szélesebb információskálát tárjanak fel az internethasználatról és az on-line reklámokkal kapcsolatban.

Kérdőívem nagyrészt zárt kérdésekből áll. Figyeltem arra, hogy a válasz kategóriák elégségesek, de nem túlzottan részletezők legyenek, valamint arra, hogy lehessen személyesen megfogalmazott válaszokat is adni. Összesen huszonkét kérdést tettem fel, ezek között egyetlen nyílt kérdés szerepelt. A kérdések között megjelennek az egy és a több válaszlehetőséges esetek is.

Az előtesztelést és a javítást követően a kérdőívet eljuttattam a minta elemeit képező személyekhez a 2008. május 6-a és 12-e közötti periódusban.

A válaszok kiértékelése

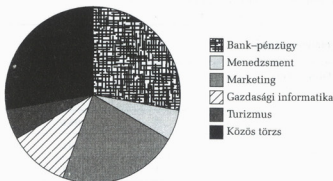
A kérdőív utolsó három kérdése a válaszadókkal kapcsolatos *személyes információ*kra tér ki (nem, évfolyam, szak). Ezeket azért tárgyalom elsőként, mert a későbbiekben fontosak lesznek, és általános képet nyújtanak a kolozsvári BBTE közgazdaságtan-hallgatóiról.

A kérdőívet összesen 100 személy töltötte ki, kétharmaduk lány, egyharmaduk fiú. Ez annak tulajdonítható, hogy a megkérdezett egyetemisták közül sok fiú visszautasította a kérdésekre való válaszolást, vagy hiányos kérdőívet adott vissza, amelyet aztán nem értékeltem ki, hanem újabb személyt kértem fel a válaszadásra.

Az évfolyamok szerinti eloszlás viszont megegyezik a teljes populáció (az összes, a Közgazdaság-tudományi Karon, I-IV. évfolyamokon tanuló egyetemisták évfolyamonkénti eloszlásával):

	Gyakoriság	Kumulatív gyakoriság
I. évfolyam	30	30,0
II. évfolyam	27	57,0
III. évfolyam	20	77,0
IV. évfolyam	23	100,0
Összesen	100	

A szakok szerinti eloszlás kiténik a következő ábrából. Többségben vannak a pénzügy-bank csoportok tagjai, valamint az elsőévesek, akik még mind a közös törzshöz tartoznak. A turizmus, valamint a menedzsment szak képviselői kevesebben vannak, mivel ezek a szakok csak a második évfolyamon működnek.



A válaszoló személyek rövid bemutatása után következhet a többi kérdésre adott válaszaik kiértékelése.

A kérdőív első két kérdésével¹ azt próbáltam kideríteni, mennyire elterjedt napjainkban az internet-hozzáférés. Nyugaton ez az arány csaknem 100%-os, nálunk viszont 2007-ben országos szinten csupán 23,9% volt (lásd az alábbi táblázatot Románia internet-lefedettségének 2000. és 2007. közötti változásáról)²:

ÉV	FELHASZNÁLÓK	LAKOSSÁG	FELHASZNÁLÓK ARÁNYA
2000	800 000	22 217 700	3,6 %
2004	4 000 000	21 377 426	18,7 %
2006	4 940 000	21 154 226	23,4 %
2007	5 062 500	21 154 226	23,9 %

Az egyetemisták körében várhatóan jóval magasabb ez az arány, hiszen a világháló elengedhetetlen segédeszköznek bizonyul az egyetemi tevékenységben, valamint a fiatalok közötti kapcsolattartásban is, és közkedvelt szórakozási lehetőségeket is rejt magában.

A válaszokból kiderül, hogy a megkérdezettek túlnyomó többségének (94%-ának) lehetősége nyílik otthonról internetezni, míg a második kérdésre mindegyikük azt válaszolta, hogy a munkahelyén/egyetemén rendelkezik internet-hozzáféréssel. Ez igen jó jel a vállalatok számára abból a szempontból, hogy tudhatják: ebből az irányból megközelíthetik ezt a célcsoportot.

Kérdőívem harmadik kérdésével azt vizsgáltam, *hány órát töltenek el internetezéssel a közgazdász-hallgatók* (lásd a mellékelt táblázatot). A válaszadók 62%-a használja naponta 1–3 órát az internetet, a kumulált gyakoriságok alapján pedig megállapítható, hogy 5%-uk internetezik több mint 10 órát naponta. Egyetlen személy válaszolta azt, hogy 12 óránál többet használja az internetet, vagyis hogy napjainak több, mint felét böngészéssel, levelezéssel, beszélgetéssel, letöltésekkel tölti el.

Időintervallum	Órák száma	Gyakoriság	Kumulatív gyakoriság
1–3	62	62,0	
4–6	25	87,0	
7–9	8	95,0	
10–12	4	99,0	
több, mint 12	1	100,0	
Összesen	100		

A negyedik kérdés a következőképpen hangzott: *„Ossza fel internetezési időjét a következő tevékenységek között: weblapokon való szörfözés, e-mail-*

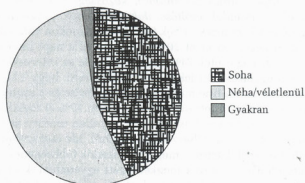
ek olvasása, chatprogramok használata, közösségi hálózatok böngészése, videók és egyéb médiafájlok letöltése, dokumentumok, programok letöltése, munka és egyéb tevékenységek." Ezek közül a honlapokon való böngészés az esetek 79%-ában kevesebb mint 20%-át foglalja el a napi internetezésnek, az e-mailek olvasása az esetek 74%-ában foglalja le az internetfelhasználók idejének szintén egyötödét. Érdekes még megfigyelni, hogy a közösségi hálózatok böngészése, az on-line médiafájlok megnézése és a munka az esetek 71-72%-ában csak az internetezési idő maximum 10%-át foglalja le. Megjelennek az egyéb tevékenységek is, amelyek egyetlen esetben sem foglalnak el 30%-nál nagyobb részt a felhasználók idejéből. Ide elsősorban az on-line játékok sorolhatók, ezek jelennek meg a válaszadók többségénél.

A kérdőív ötödik kérdése a megkérdezett egyetemisták szörfözési céljait igyekszik kideríteni. Ezek közül a legfontosabbnak a következőket tartottam: munka, egyetemi tevékenységhez kapcsolódó böngészés, e-üzletek meglátogatása, on-line banking, kapcsolattartás, letöltések, szórakozás, hírek, időjárás-jelentések utáni keresgélés. Az adott válaszokat a következő táblázat összesíti:

Munka	Egyetemi tevékenység	E-üzletek	On-line banking	Kapcsolattartás	Letöltések	Szórakozás	Hírek keresése
25%	95%	24%	8%	87%	70%	66%	48%

Ez a táblázat is igazolja azt a tényt, hogy ez a generáció nyitott az internetes világ iránt: a diákok 95%-ánál a honlapokon való szörfözés célja az egyetemi tevékenységhez kapcsolódó információszerezés. Ugyancsak fontos az ismerősökkel, barátokkal való kapcsolattartás, ami a megkérdezett közgazdaságtan-hallgatók 87%-ánál jelentkezik – itt nő meg a jelentősége az ún. mass message-eknek és a közösségi hálózatokon, e-mail portálokon történő reklámozásnak. A letöltési és szórakoztatási célú webhelyeken szintén megéri reklámozni ennek a szegmentumnak, mivel közülük sokan böngésznek ebből a célból is. Az e-üzletek látogatásával a megkérdezettek csaknem egy-egyede foglalkozik, ami igen jó arány ahhoz képest, hogy az utóbbi körülbelül öt évben kezdett elterjedni országunkban az internetes kereskedelem. Érdekes megfigyelni viszont, hogy az on-line banking térhódítása sokkal kisebb, mint az e-kereskedelemé, mivel az emberek többsége még mindig szkeptikus ezzel a megoldással szemben, és tart attól, hogy bankkártyája adatait megadja egy weboldalon.

A hatodik kérdéssel a reklámok témaköréhez közelítettem: „Milyen gyakran szokott a honlapok böngészése közben reklámokra kattintani?” A három válaszlehetőség közül a „néha/véletlenül”-t jelölte meg a válaszadók több mint fele, ami azt igazolja, hogy van érdeklődés az internetes reklámok iránt a közgazdász-hallgatókban.



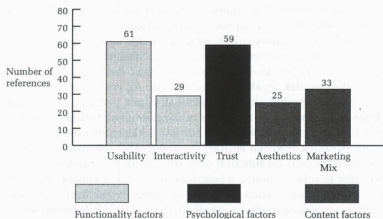
A hetedik kérdésem szintén a honlapokra vonatkozik, mégpedig arra, hogy milyen tulajdonságaik befolyásolják legjobban az eladások számát. A megkérdezetteknek egy 0-tól 9-ig terjedő skálán kellett osztályozniuk a tulajdonságokat:

Tulajdonság	Pontszám
Felhasználó barát jellege	643
Interaktivitása	600
Megbízhatósága	741
Esztétikája	672
Termékkínálata, árképzése	751

A honlapok termékkínálata, árképzése (végül is a marketingmix összevetőinek egy része) áll az első helyen a fontossági sorrendben, ezt követi a megbízhatósága. A megkérdezett személyek az interaktivitást tartják a legkevésbé befolyásoló tényezőnek, és ezzel megcáfolódik az az elterjedt elképzelés, hogy az interaktivitás a honlapok egyik legjelentősebb tulajdonsága, amely megragadja a szörfözőket.

Kutatásom ezen kérdésének eredményeit összehasonlítnám egy 2004-ben végzett felmérés eredményével, amely lényegesen különbözik az én kutatásom által felmutatott adatoktól. Eftymios Constantinides professzor asszisztens végezte ezt a kutatást a Twente-i Tudományegyetemen, Hollandiában.³ Mivel a nagyságrendek különbözőek (a minták méretbeli különbségeiből eredően), természetesen nem lehetséges a két eredményt összevetni, ezért az arányokat, a fontossági sorrendet szeretném összehasonlítni. Amint az a következő ábrán is látható, a Constantinides által végzett kutatásban a legnagyobb pontszámokat a használhatóság és a bizalom kapta, tehát a honlapok funkcionalitása és a pszichológiai faktorok fontosabban bizonyultak a tartalmi tényezőknél. Ezzel ellentétben az én közvéleménykutatásomban résztvevők nem tulajdonítottak ekkora fontosságot a felhasználóbarát jellegnek, sokkal inkább a marketingmix elemeinek, amely első

helyen állt (ez azzal is magyarázható, hogy közgazdaságtan-hallgatókat kérdeztem meg, akik már mind tanultak marketinget).



A kérdőív nyolcadik kérdésével azt akartam kideríteni, hogy *elérték-e valamilyen tudatosult hatást az on-line reklámok a megkérdezett személyeken*: kértek-e további információkat az adott cég(ek)től akár e-mailben, akár személyesen az üzletben vagy pedig telefonon. A kérdezettek 73%-a nemmel válaszolt, míg 27 százalékuk azt állította, hogy kért információkat reklámok hatására. Ennek a kérdésnek az eredménye annál érdekesebb, mivel a következő kérdéssel összevethető. Utóbbiban arra kérdeztem rá, hogy vásároltak-e már internetes reklámok megnézése következtében. Ebben az esetben a válaszok egészen másak voltak. A megkérdezettek 50%-a válaszolt nemmel, és 29%-a állította azt, hogy valószínűnek tartja, hogy vásároljon, sőt, 4%-uk sokszor vásárolt reklámok hatására. Ezek az arányok rávilágítanak arra, hogy a vizsgált személyek 50%-a hagyja magát befolyásolni a reklámok által, és ez tudatosul is benne.

Felvetődik az a kérdés is, hogy *milyen típusú termékeket vásároltak vagy vásárolnának* a megkérdezettek, melyek esetében érdemes interneten reklámozni. Az elektronikai cikkeket és a könyveket napjainkban már a romániai fogyasztók is kezdik rendelni az internetről, hiszen megjelentek azok az e-üzletek, amelyek ezeket előnyös áron juttatják el hozzájuk. Ezeket a terméktípusokat esetünkben 15%-os, ill. 16%-os arányban vásárolták meg az on-line reklámok hatására, míg ruházati cikkeket és szolgáltatásokat a megkérdezettek 9%-a vásárolt ugyanezen befolyás alatt. Az egyéb termékek között mobiltelefon-kellékeket, kozmetikai cikkeket, gyógynövény-kivonatú orvosságokat soroltak fel, de ezek esetében csupán 6%-uk ismerte fel az internetes reklámok befolyásoló hatását a vásárláskor.

A következő kérdéssel áttértem az *e-mailben érkezett reklámokra*, arra, hogy el szokták-e olvasni a megkérdezettek a postaládájukba érkező reklám-üzeneteket. A válaszadók több mint kétharmada (69%-a) néha elolvassa ezeket, és 5%-a gyakran teszi ezt. Ezt hasznos tudniuk a vállalatoknak, mivel ennek alapján elég nagy a valószínűsége annak, hogy reklám e-mailjeiket a címzettek

elolvassák. Ezzel sok cég vissza is él, spamekkel bombázza a fogyasztókat abban a reményben, hogy azok elolvassák üzeneteiket, esetleg tudatosan bennük, hogy miről szól a reklám. Vigyázniuk kell viszont arra, hogy a spamek helyett a direkt mailing-re fektessék a hangsúlyt, mivel ez sokkal hasznosabb, és pozitívan értékelt reklámforma az agresszív spammel szemben.

A 12. kérdés arra vonatkozik, hogy a *fogyasztók szoktak-e továbbküldeni reklámokat* (e-mailben, messengerprogramok segítségével vagy közösségi hálózatokon keresztül). Ebben az esetben is ugyanazon lehetőségek közül választhattak a megkérdezettek: gyakran, néha és soha. Az eredmény: a válaszadók 78%-a nem szokott továbbküldeni reklámokat, ennek pedig az lehet a magyarázata, hogy agresszív és/vagy fölösleges reklámformának tartják ezt, valamint az, hogy a továbbküldés például egyes közösségi hálózatok esetében kizárást, messengerprogramok esetében letiltást eredményezhet. Mégis a megkérdezett hallgatók egyötöde néha továbbküldi őket, sőt, 2%-uk gyakran teszi ezt.

A kérdőív következő pontja a *beférkőző reklámokra* vonatkozik. A megkérdezettek 11%-a hasznosnak tartja ezt az agresszív reklámformát, annak ellenére, hogy megzavarja őket a munkájukban. 43%-uk kifejezetten zavarónak ítéli meg őket, míg 46%-uk eltekint tőlük, nem veszi figyelembe, csak kikapcsolja azokat. Ez az arány arra hívja fel a figyelmet, hogy nem érdemes ezzel a reklámfajttával minden esetben kockáztatni, mert nagy a valószínűsége, hogy negatív hatást érünk el vele.

A 11. kérdés a *fórumokon, blogokon való reklámozásról kialakult véleményeket* gyűjti össze arra vonatkozóan, hogy a leírt információk mennyire megbízhatóak a fogyasztók szerint, és mennyire gyakran használják fel azokat a vásárlási döntések meghozatalakor („Mennyire bízunk a fórumokon, blogokon található bizonyos termékekről leírt információkban?”). A válaszok nagyon megoszlanak, amint azt a következő táblázat szemlélteti:

VÉLEMÉNY	VÁLASZADÓK
Nem bízom meg bennük	12
Inkább a márka hírnevében bízom	26
Csak abban az esetben veszem figyelembe a mások véleményét, ha nem értek az illető termékhez	28
Megbízom bennük, mindig utánanézek a termékeknek	13
Egyéb megfontolásokból döntök a vásárlás vagy nem vásárlás mellett	21

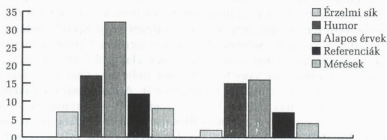
Rendkívül alacsony tehát azon személyek száma, akik egyáltalán nem bíznak meg a fórumokon, blogokon a termékekről leírt információkban. A fórumokon való keresgélés egyre jobban terjed, főleg a fiatalok körében, mivel egyre több olyan fórum nyílik, ahol bárki felteheti a kérdéseit, és rövid időn belül választ kap rájuk. A vállalatok körében is kezd elterjedni ennek köszönhetően a fórumok szponzorálása akár termékekkel, akár pénzbeli hozzájárulással.

A kérdőív következő kérdésében az *egyetemistáknak értékelniük kellett az on-line reklámtípusokat*. A megkérdezettek 80%-a a honlapokat hasznos vagy alapvető fontosságú, míg 4%-uk fölösleges vagy zavaró reklámtípusnak találta. A spamek esetében a választás fordítva történt: a megkérdezettek 6%-a találta azokat hasznosnak vagy alapvető fontosságúnak, míg közel 60%-uk zavarónak vagy fölöslegesnek ítélte meg őket, ezért lehetőleg érdemes kerülni ezt az on-line reklámformát. A bannereket a válaszadók 12%-a vélte zavarónak, 16%-a fölöslegesnek, 30%-a hasznosnak és 4%-a alapvető fontosságúnak. A nyomgombok esetében is érdekes az eredmény: a válaszolók 36%-ának van negatív véleményük róluk, míg kevesssel több mint egynegyedük hasznosnak tartja őket. Az ajánlott linkeket több mint 60%-ban hasznosnak, míg a beférkőző reklámokat szinte 80%-ban károsnak ítélik meg a közgazdász-hallgatók. Érdemes tehát az ajánlott linkekbe fektetni, mert ezeket pozitívan fogadják az interneten böngésző felhasználók is, a pop up-okat viszont érdemes kerülni, mert ellenszenvet váltanak ki az internetezőkben. A felhasználók fele negatívan értékeli ezeket az utóbbi egy-két évben egyre jobban elterjedt a mass message-eket, tehát ezzel az on-line reklámformával is óatosan kell bánni, mert ronthatja a reklámozó image-ét. Végül a közösségi hálózatokon való reklámozást is értékelték a megkérdezettek: 12%-uk tartja ezt a reklámformát zavarónak, 25%-uk fölöslegesnek és 37%-uk van pozitív véleménnyel róla. Ezen az arányon érdemes volna megpróbálni változtatni, mivel a közösségi hálózatok egyre jobban elterjednek az internet-felhasználók körében, és így a reklámüzenet rengeteg potenciális vásárlóhoz juthat el rövid idő alatt. A probléma csak ott vetődik fel, hogy ne legyen erőltetett, agresszív az adott reklám, és igyekezzen megfogni valamilyen azokat fogyasztókat, akik a célközönséget alkotják.

Érdekes megfigyelni, hogy ennek a kérdésnek minden pontjára sokan (a honlapokon és a beférkőző reklámokon kívül minden esetben több mint egyötödük) válaszoltak „nem tudom”-ot. Ez annak lehet a következménye, hogy többségük nem figyelt fel az internetes reklámfajtákra, vagy nem tudatosította ezek hasznosságát az interneten megjelenő vállalatok életében.

A kérdőív következő kérdése arra törekszik fényt deríteni, *milyen irányból kell a reklámnak a fogyasztót megközelítenie ahhoz, hogy hatni tudjon a vásárlói magatartására*. Az egyetemisták itt elmondhatták azt, hogy mi tudatosult bennük a reklámok rájuk gyakorolt hatásaiból. A válaszok érdekesek, mivel egyesek – pontosan 50%-a a válaszadó személyeknek – határozottan állítják, hogy csak alapos érvekkel lehet őket meggyőzni, ám a legtöbb reklámban ezek helyét átveszi a humor és az érzelmek. A megkérdezettek 34%-a állítja magáról, hogy humorral befolyásolható, 21%-uk a szaktekintélyek és az elégedett fogyasztók véleményére, míg 14%-ukat mérések, vizsgálatok eredményeire figyel fel. Az érzelmi síkon való befolyásolás csupán 11%-uknál jelenik meg, viszont ez nem teljes mértékben reális, mivel a fogyasztók kevésbé ismerik fel azt, hogy ebből az irányból miként hatnak rájuk a reklámok.

Az alábbi ábra alapján levonható a következtetés, hogy a válaszadó nők vásárlási szokásai nagyobb mértékben befolyásolhatók, mint a férfiaké:



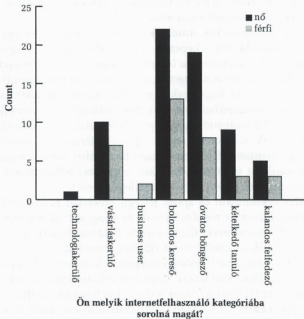
Ezek a válaszok lehetőséget teremtenek a reklámkészítőknek átgondolni, hogyan próbálják meghódítani a fogyasztókat, milyen befolyásolási technikákat alkalmazzanak, milyen légkört akarnak teremteni. Véleményem szerint az alapos érveket érdemes a többi módszerek valamelyikével (esetleg közülük többel) együtt alkalmazni, mert úgy lesz igazán hatásos a befogadók körében.

A 17. kérdéssel a céloom a reklámról alkotott vélemények körvonalazása volt. A kutatások általában azt mutatják, hogy pozitív és negatív vélemények is kialakulnak a reklámokról. A pozitív vélemények az információközlést, a termékek közötti különbségtételt, a dinamizmust említik. A negatívak a manipulatív jellegre, hazugságra, izléstelenségre alapoznak. Ezen válaszok mellett a kérdezettek beírták személyes véleményüket is, hogy pontosabb kép körvonalazódjon, mégis csak egyikük élt ezzel a lehetőséggel, és egy köztes választ írt le: néha zavarónak tartja a reklámokat, máskor pedig szereti őket. A megkérdezettek 72%-ának volt kifejezetten pozitív véleménye a reklámokról, és kevesebb, mint 10%-a vélekedett negatívan róluk, ami jó jel, mivel arra világít rá, hogy a fogyasztók többsége nem utasítja el a reklámokat, hanem befogadja őket. Ezek elsősorban az információközlés miatt bizonyulnak hasznosnak (39%), de a megkérdezettek egyötöde megjelölte a termékek közti különbségtételt is:

Vélemény	Gyakoriság	Kumulatív gyakoriság
Hasznosak, mert információt közölnek a termékekről, szolgáltatásokról	39	39,0
Hasznosak, mert lehetőséget tesznek a különböző termékek közötti különbségtételre	21	60,0
Jók, mert általában mozgást hoznak a mindennapokba, felvidítanak a humoros fordulataikkal	12	72,0
Nem tartom hasznosnak őket, de nem zavarnak	19	91,0
Károsak, mert manipulatív jellegük van	6	97,0
Károsak, mert általában hazudnak	2	99,0
Egyéb	1	100,0
Összesen	100	

Az utolsó kérdéshez – „*Ön melyik internetfelhasználó kategóriába sorolná magát?*” – nyolc választási lehetőséget adtam meg, amelyeknek a definíciója is szerepelt a kérdőívben.⁴ Az eredményekből kitévük, hogy a „bolondos keresők”⁵ vannak a legnagyobb számban (34%), őket követik az „óvatos böngészők”⁶ (26%), a „vásárláskereső”⁷ (17%) és a „kétkedő tanulók”⁸ (12%). A „kalandos felfedezők”⁹ 8%-át teszik ki a megkérdezetteknek, míg a „technológiai kerülők”¹⁰, valamint a „business userek”¹¹ nagyon kis mértékben vannak jelen a vizsgált csoportban. Érdekes megfigyelni, hogy a megkérdezettek között egyetlen „vásárlási mániás fogyasztót”¹² se találunk – nálunk ez még nem annyira elterjedt, mint a nyugatabbra lévő országokban.

Az alábbi ábra az internetfelhasználók típusait nemekre bontja le. Érdekes megfigyelni, hogy a megkérdezettek között nem volt egyetlen „technológiai kerülő” férfi és egyetlen „business user” nő sem:



Az internetfelhasználói kategóriákat összevettem a kérdőív több kérdésére adott válaszokkal, khi-négyzetpróba segítségével. Arra a következtetésre jutottam, hogy kapcsolat van a felhasználói csoportok és a következő két kérdés között:

Kért-e további információkat a cégtől egy on-line reklám megnézése következtében?

Vásárolt-e már on-line reklám megnézése következtében?

Ennek alapján megállapítható, hogy az adott csoportok tanulmányozása és az ezek alapján történő szegmentálás valóban fontos nemcsak a különböző on-line vásárlási magatartásformák megértéséhez, hanem az on-line reklámoknak az ő igényeikhez való hozzáigazításához is.

Következtetések és javaslatok

A felmérés eredményei alapján megállapítható, hogy az internetes környezet egyre közelebb áll a felhasználókhöz, főként az egyetemistákhoz. Az, hogy a közgazdaságtan-hallgatók 94%-a rendelkezik otthon internetkapcsolattal, és 100%-uknak van munkahelyükön vagy egyetemükön internet-hozzáférések, arra világít rá, hogy érdemes az internetes piacba befektetni, hiszen egyre több és több személy kapcsolódik be ebbe a világba fogyasztóként.

Az on-line reklámpolitika kidolgozásának minden vállalat számára általános reklámpolitikájuk kidolgozásához hasonló fontossággal kell bírnia. Kutatásokat kell végezniük annak kiderítésére, hogy az általuk megcélzott fogyasztói kört milyen típusú reklámokkal közelíthetik meg a legjobban, és hogy ezen reklámokban milyen eszközöket érdemes és kell használniuk ahhoz, hogy a legjobb hatást ériék el, valamint hogy ezeket hogyan ellenőrizhetik, tarthatják szemmel folyamatosan.

Azon vállalatok számára, amelyek célszegmentumát az egyetemisták – ezen belül a közgazdászok – képezik, a javaslatom az, hogy igyekezzenek minél megfelelőbben használni az internetes kommunikációs eszközöket.

A honlapokat és direkt mailinget ez a szegmentum hasznosnak ítéli meg, ezért érdemes figyelni arra, hogy ezek minél több információt jelenítsenek meg. A honlapok ma már elengedhetetlen eszközei a vállalati marketingkommunikációnak, és amire kiemelkedő hangsúlyt kell fektetni, az a marketingmixük és a megbízhatóságuk. A leveleket ennek a populációnak több mint kétharmada olvassa el, így ajánlatos direkt mailinget használni, hiszen a piac is kezdi érzékelni az e-mailben rejlő lehetőségeket: a gyakori felhasználók már csak elhanyagolható százaléka nem kap ilyen jellegű levelet.

A beférkőző reklámokat és spam jellegű leveleket nem ajánlatos használni, mivel ezek agresszív reklámformák, és a fogyasztók nagyon kis százaléka értékeli őket hasznosnak. Ezek negatív hatással lehetnek a cég imágére, és elidegeníthetik az azelőtt márkahű fogyasztókat.

A bannerek használatát illetően figyelembe kell venni, hogy az internetzők többsége tisztában van azzal, hogy mit reklámoznak a reklámcsíkok, köztudott viszont az is, hogy az internetezők kis hányada kattint rá ezekre a reklámokra. Éppen ezért ezek használatánál inkább a megfelelő ösztönzésre kellene fektetni a hangsúlyt. A bannerek elsősorban márkaépítésre használhatók, napjainkban viszont az interneten reklámozó cégek kevés figyelmet fordítanak a márkaépítésre.

A befolyásolási technikákat illetően fontos az, hogy több szemszögből közelítsünk a fogyasztók felé, ne csak érzelmi síkon vagy csak érveléssel, hanem foglaljunk bele reklámüzeneteinkbe minél több humort, mozgalmaságot, fordulatokat is, hogy ezek minél jobban „megfogják” a fogyasztókat, és meggyőzzék őket arról, hogy vásároljanak.

(A szerző közgazdász, a BBTE frissen végzett hallgatója.)

Felhasznált irodalom

- BROCHAND, Bernard–LENDREVIE, Jacques: *A reklám alapkönyve*. KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest, 2004
- ESZES István–BÁNYAI Edit: *Online marketing*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2002
- VERGHEȘ RUFF, Iulian–GRIGORE, Bogdan: *Relațiile publice și publicitatea online*. Polirom, București, 2003
- KOTLER, Philip – KELLER, Kevin Lane: *Marketingmenedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006
- KOTLER – AMSTRONG: *Principiile marketingului*. Teora, București, 2005
- MÓRICZ Éva: *Reklámpszichológia*. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Marketing Tanszék, Marketingkommunikáció Tanszék, Budapest, 2000
- POP D. Marius: *Cercetări de marketing*. Alma Mater, Cluj-Napoca, 2004
- SAS István: *Reklám és pszichológia*. Kommunikációs Akadémia. Budapest, 2006
- VORZSÁK Álmos – KÁNYA Hajnalka – JUHÁSZ Mónika Anetta – PÁL Zsuzsa – SZEGŐ József: *A marketing alapjai*. 4. kiadás, Alma Mater Könyvkiadó, Kolozsvár, 2007
- ZEFF, Robin – ARONSON, Brad: *Reklám az interneten*. Geomédia, Budapest, 2000

Internetes források

- <http://www.internet-marketing.hu/>
- <http://www.marketingcommando.hu/>
- <http://www.onlinepr.lap.hu/>
- <http://paragraf.ro/publicitate-pe-internet/>
- <http://paragraf.ro/importanta-publicitatii-in-viata-sociala/>
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006172&src=article_head_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006164&src=article_head_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Reports/All/Emarketer_2000496.aspx?src=report_head_info_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006157&src=article_head_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006130&src=article_head_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006100&src=article_head_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006080&src=article_head_sitesearch
- http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006158&src=article2_newsltr
- http://web.kvif.bgf.hu/upload/student_regulation/doc/200601251545450_marketing_kommunikacio.pps
- <http://www.businessmagazin.ro/business-hi-tech/cum-sa-transformi-un-milion-de-pixeli-intr-un-milion-de-dolari.html?5539;978747=>
- <http://www.utwente.nl/nikos/research/publications/ecpapers/constantinidespaperimpact.pdf>

Jegyzetek

- 1 „Rendelkezik-e internetkapcsolattal a lakhelyén?” és „Van-e internet a munkahelyén/egyetemén?”
- 2 Forrás és külföldi adatok: <http://www.internetworldstats.com/eu/ro.htm>
- 3 <http://www.utwente.nl/nikos/research/publications/ecpapers/constantinidespaperimpact.pdf>
- 4 www.eMarketer.com honlapján található kategorizálásnak megfelelően.
- 5 Szórakozásra használja a világhálót, keresgél, de tartózkodó az on-line vásárlással szemben.
- 6 Kompetens felhasználó, félelmei abból származnak, hogy nem találja elég biztonságosnak a rendszert, nem szereti az olyan vásárlást, ahol nem tudja megnézni a terméket.
- 7 Nem zárkózik el az internetes világ elől, de nem szeret vásárolni.
- 8 Visszafogottabb, de nyitott az új iránt, nem fél hitelkártyájának adatait megadni, ha biztonságosnak találja a módszert.
- 9 Az on-line vásárlást kihívásnak tartja, akár másokat is bevon.
- 10 Az átlagosnál is kevesebb időt fordít internetezésre, nem szereti az új megoldásokat.
- 11 Az internetet a munkájában használja, e célból böngész, vásárol, használ e-bankinget.
- 12 Kompetens felhasználó, aki szereti az on-line vásárlást, és elég gyakran él is vele.

[Nulla dies sine post]

Bodor Pál és a blog találkozása a boncasztalon

„»Törzsolvasóim« elhűlten merednének a monitorra, ha »igazi« blogot írnék” – olvashatjuk Diurnus internetes naplójában. Ám ha nem igazi, akkor milyen blogot is ír a 2000-es évek elején Bodor Pál, a huszadik századi magyar nyelvű újságírás egyik meghatározó személyisége?

A médiatörténet talán legérdekesebb elméleti kérdése, hogy az új mediális formák milyen hatással vannak a közlések tartalmára; már ha ez a két szféra egyáltalán elválasztható egymástól. Azaz – hogy épp egy régi megfogalmazással kérdezzünk rá a ma is aktuális problémára – van-e új a nap alatt? Mindezt sajátos megvilágításba helyezi, hogy a mindennapjainkat átható médiakonvergencia minden eddiginél közelebb hozza egymáshoz az eddig távolinak hihetett tartalmakat is.

A folyamat, ami az elvont fogalmak szintjén nagy szavak locsogásának tűnhet, a kommunikáció mindennapi valóságában önmagán túlmutató jelentőségű szövegeket eredményez. A hálózatos kommunikációban ugyanis elmosódnak a határok az eddig különbözőnek tartott műfajok között, új műfajokat vagy épp a műfajiség eddigi elképzeléseit átértékelő megszólalásokat hozva létre. Az internet szinte közhelyszerűen tipikus megnyilatkozási módjáról, a blogról épp ezért van, aki csupán egy bármiféle tartalommal megtölthető, önmagában üres formaként beszél, és van, aki épp mostanság megszilárduló jellemzőkkel bíró, önálló műfajként értékeli. Látva az egyre hatalmasabb mennyiségű és – ha van – koncepciójú blogot, az igazság valószínűleg itt is a végső megítélések között van, miközben a bloggerek önleírásai mégis a blogszerűség meglétéről tanúskodnak: többnyire van valamilyen



mérce, amelyhez alkalmazkodni, vagy amelytől épp eltérni kívánnak az önkéntes sajtómunkások.

Már ha sajtómunkásoknak tekintjük őket egyáltalán. A tömegmédiák sokféleképpen reagálhat a hálózatos kommunikáció alternatív újságírásának kihívásaira – az egyszerűség kedvéért és a mindennapok médiafogyasztásának tapasztalatait is figyelembe véve tekintsük most a blogokat a tudatosodási szinttől függetlenül ennek az alternatív újságírásnak a szószólóiként. Azonban az, hogy miképpen különbözik a blogokban megszülető újfajta – nevezzük most így – stílus a régebbi korok megszólalási módjaitól, már csöppet sem ilyen egyszerű. E szempontból is tanulságos professzionális újságírók – többnyire névvel vállalt – blogjait olvasni, és ezeknek az elméleti kérdéseknek ad gyakorlati tétet Diurnus, azaz Bodor Pál napiblogja is.

A kérdést a legelősebben így vethetjük fel: vajon a „régí vágású” huszadik századi újságírás tipikus képviselője miképpen találja meg a hangját egy, az új újságírás fórumának tekinthető blogon? Ez a felvetés azonban amilyen jelentős, éppúgy takarja el előlünk azt, ami talán a legfontosabb: a különböző megszólalási módok közötti szinte észrevétlen átmenetet. Bodor Pál Diurnus név alatt megjelenő írásaiban ugyanis látszólag évtizedek óta ugyanazt, hogy azt ne mondjuk, ugyanúgy csinálja: 1985-től a *Magyar Nemzetben*, majd 1991-től a *Népszabadságban* jelentek meg jellegzetes, irodalmi igényességű, rövid publicisztikai írásai – előbb napi, majd heti rendszerességgel. Bodor később a *Budapesti Lapnál* dolgozott, majd 2005-től a *Klubhálo* internetes portálon kezdett újra napi rendszerességgel írásokat közölni, amely sorozat darabjai egy év után a *Népszabadság Online* egyik legolvasottabb blogjának (diurnusblog.nolblog.hu) bejegyzéseiként is olvashatók.

A magyar nyelvű újságírás doyenjének Diurnus-cikkei bizonyos szempontból változatlanok: Bodor, ahogy a nyomtatott sajtóban, úgy blogjában is egy széles látókörű tárcaíróhoz hasonlóan hol közéleti publicisztikát – talán ez okozza a legtöbb vitaközt visszhangot –, hol irodalmi kritikát – még inkább laudációt – vagy épp szemérmes-személyes vallomást vet a papírt jelentő képernyőre. A Diurnus-cikkek története ugyanakkor egy sajátos és

a blognak meghatározó jellemzője az anonimitás, amely a közlésvágy szabadságának egyik lehetséges elmozdítója lehet

elkerülhetetlen perifériára kerülés történeteként is tekinthető, ha az országos napilapokban való évtizedes megjelenést és egy magánblog vezetését hasonlítjuk össze. Azonban hangsúlyozom: sajátos és viszonylagos ez a perifériára kerülés, hiszen az utóbbi években radikálisan átvértékelődött – és éppen a blogokhoz hasonló megszólalások miatt is folyamatosan átvértékelődik – az, amit a kom-

munikáció centrumáról és perifériájáról gondolhattunk: az intézményes tömegkommunikáció immár nem tekinthető a közvetlen megnyilatkozások formálisan fölérendelt párjának. Csak periféria van – ennek a ténynek a megtapasztalásaként is olvasható Bodor Pál blogja.

A bejegyzések egymásutánjának narratívájából ugyanis az újságírói munka efféle átvértékelődésének önleírása bontakozik ki. Nincsenek a ciklusok határának vagy a megjelenés helyének változását, bővülését jelző írások, az írói munkára való reflexiók mégis jelentősek. Mégis hogyan határozhatók

meg ezek a szövegek műfajilag? Diurnus – főként a *Nolblog*on is való párhuzamos megjelenés után – a blogot a személyes napló vallomásának hagyományából (a számítógépek naplóinak téves, ám elterjedt etimológiájából) eredezteti. Az „igazi” *blog* című bejegyzésében Bodor a naplót a következő műfaji jellemzőkkel árnyalja: „glossza”, „öröm”, „jegyzet”, „monológ”, „boszszankodás”, „töprengés”. A megnevezés heterogenitása műfajelméletileg konvencionális és a mindennapokban használt megnyilatkozási formákat vegyíti, ami a publicisztikai műfajcsaládon belül itt kimondatlanul még a tárcával rokoníthatja az írásokat. A professzionális és tradicionális újságíróműfajok és a mindennapi jelzők keverése ugyanakkor a blogokkal való igazi rokonságra is felhívja a figyelmet: hiszen egy valóban blogszerűnek tekinthető szöveg eleve a magánjellegű és a közérdekű kategóriáinak elválaszthatóságát kérdőjelezi meg, amely a modern értelemben vett nyilvánosság és tömegsajtó kialakulásának egyik meghatározó előfeltétele.

„Törzsolvasóim» elhülten merednének a monitorra, ha »igazi« blogot írnek. Személyeset: vágyaimról és ágyaimról, dűheimről, arról, hogy nem mindig értem, miért szerettem bele valakibe, és miért taszítottam el más, akibe később beleestem” – olvashatjuk Diurnustól a fentebb már idézett összegző bejegyzésében. Bodor értelmezésében a valódi *blog* személyes vallomás, bejegyzéseinek többségében azonban ő mégiscsak közéleti publicisztikát művel. Azaz ahogy a bejegyzések vagy akár azok címeinek egymás után olvasása finom, mégis jelentős hangsúlyeltolódásokról adnak számot: a politikai témák mellett egyre gyakrabban jelennek meg személyes emlékek, apró megfigyelések, netán a politikai témáknak is az emberi – és ettől elválaszthatatlanul: az emberi kapcsolatoknak pedig az eredendően politikai – vetületének megvilágítása. A blogszerűsége reflektáló bejegyzések mégis szeretnek a blogszerűsége kívülről állóként tekinteni önmagukra: *Diurnus naplója* reflektív megnyilatkozásaiban mintha a hagyományos újságok közegeiből kiszakadt, egy önmagától talán idegen környezetbe csöppent írárok soraként határozná meg önmagát. Mindettől függetlenül Bodor bejegyzései mégis egyre inkább felveszik annak a blogszerűségnek a jegyeit, amelytől egyszerre próbál távolságot tartani, és amely ugyanakkor vonzza is.

Mégis mi az, ami miatt mégsem tekint Diurnus blogja „igazi” blogként önmagára? „[...]B]logban, vallomásszerűen már nem írhatok, hiszen sose volt titok, hogy kinek az álneve ez a Diurnus”. Bodor/Diurnus szerint (akinek a nevét ezek szerint mindig így illene leírni, és magam is ennek szellemében használom hol az egyiket, hol a másikat ugyanannak az identitásnak a megnevezésére) a blognak meghatározó jellemzője az anonimitás, amely a közlésvágy szabadságának egyik lehetséges előmozdítója lehet. „Millió blog a tanúm: az emberiség szüntelenül véleményt akar mondani önmagáról és a világról, de egyelőre inkább álneven, ami majdnem névtelenség” – írja egy későbbi bejegyzésében. A rejtőzködő álnevhasználatra hol a szólásszabadsággal való felelőtlen visszaélésként, hol a teljes kitarulkozás csábító lehetőségeként tekintenek a bejegyzések; ez a talán nem is ellentmondá-

az igazi blog talán épp attól blog, hogy egy személyes hang válik benne narratívaszervező erővé, miközben a mindig folyamatosan lévő narratíva is egy személyiség megismerését sejteti

sos következetlenség a probléma érzékenységre enged következtetni: nem egyértelmű, az álnév vajon eltakar vagy inkább elfed. (Persze valószínűleg mindenképp mást és mást takar, és megint mást mutat meg.) Bodor mégis mintha az indokoltnál nagyobb jelentőséget tulajdonítana a blogok álnévhasználatának, amikor épp e kritérium miatt tekinti saját blogját nem „igazi”-nak. Pedig az igazi blog talán épp attól blog, hogy egy személyes hang válik benne narratívászervező erővé, miközben a mindig folyamatban lévő narratíva is egy személyiség megismerését sejtetheti. (Hogy e két személyiség vajon fedi-e egymást, és ha nem teljesen, azok milyen viszonyban állnak, ez már a pszichológia, és nem a médiaelmélet kérdésfeltevéséi közé tartozik.)

Bodor interneten olvasható írásai ebből a szempontból pedig egyre inkább blogok és egyre kevésbé publicisztikák (már ha e két kategóriát tekintjük elválaszthatónak egymástól). Diurnus naplójából azonban – épp azzal, hogy mit tart elmesélésre illőnek vagy méltónak és mit nem (miközben a kettő közötti határvonal folyamatosan változik) – nem csupán egy bölcs és érzékeny idős úr, de az átalakuló mediális térrel szembesülő újságíró arcképe is kirajzolódik. „A blogolásban [...] már nem vágyom sikerre. Úgy értem: népszerűsége. Ismerem annyira a lehetséges olvasót, hogy sejtsem, avagy éppenséggel tudjam: mire kíváncsi” – írja egy későbbi bejegyzésében, szinte kiábrándultan: a szakma ethoszát valló újságíró nemcsak a tömegek apolitikusságával vagy vitaképtelenségével, de a magaskultúra szempontjából süllyedő ízlésével is szembesül. Egy héttel az ezt összefoglaló megállapítás után azonban egészen más fényben jelenik meg a népszerűsége immár nem vágyó újságíró képe, amikor a regényírás szüneteltetésének okáról ír. „A zárlat egyik oka: a hiúságom türelmetlensége. Az évi 365 internetes napló sok azonnali visszhangot terem. Már nincs időm kívánni, hogy évek múltán újra fölfedezzenek. Többet ér nekem Évalajos, Izomagyú Fülepe, Kalimpa, Trixi, Lord és a többiek véleménye...” A kommentelők véleményének effajta felértékelése azért is jelentős, mivel Bodor szinte sose merészkedik a kommentvonal alá, ha reagál, csak saját jegyzet helyén válaszol olvasóinak véleményére, miközben épp az interaktivitás a blogszerűség egyik központnak tartott jellemzője.

Jól látható azonban: a blogok efféle sajátosságaitól való távolságtartás nem jelenti azt, hogy a nagyobb és arctalan közönséghez szokott újságíró ne válhatna maga is annak a blogoszférának a tevékeny alakítójává, amelynek máskor kívülről megfigyelőjeként próbál feltűnni: s ha mással nem, épp e félig-meddig való kívülrőliség kinyilatkoztatásával.

(A szerző a Szegedi Tudományegyetem doktorandus hallgatója.)

[Michael Haneke, Robert Bresson és a filmes minimalizmus]

A filmes minimalizmus, akárcsak az egyéb művészetekben (építészet, képzőművészet, festészet, szobrászat, fotóművészet, zene, irodalom) megnyilvánuló minimalizmus, egyszerűen redukált képek alkalmazására épül. A festészetben megnyilvánuló minimalizmus minden expresszivitást kerül, mondhatni absztraktba fordul, míg a szobrászatban az *arta poverra*,¹ az eszköztelenség jellemző. A *minimal art* a primér struktúra és a geometrikus absztrakció egyik fontos ága, az 1960-as évek elején jött létre Amerikában, jellemzői a letisztult formák és színek, gyakran ismétlődő elemek.

A zenében több stílusban is megnyilvánulhat a minimalizmus, így a francia Erik Satie zongoradarabjai² és a német Carsten Nicolai elektronikus, minimalista-glitch alkotásai egyaránt minimalistának számítanak. Kortárs amerikai prózában Bret Easton Ellis a minimalizmus egyik jeles képviselője, akinek egyik alkotását meg is filmesítették (*Amerikai pszicho*), ám a filmnek nem sok köze van a minimalizmushoz.

Kovács András Bálint meghatározása szerint a minimalizmus általában az expresszív elemek rendszerszerű redukcióját jelenti, amelyek bevezetik a motívumok rendszerszerű variálását ahelyett, hogy „hasonló emocionális hatások megsokszorozásával felfokozná azok expresszív erejét. Csökkenti a redundanciát, valamint a véletlenszerű különbözőségeket”.³ Dreyer, Bresson, Antonioni és Ozu az 50-es években jelentős minimalista filmek voltak, a későbbiekben pedig Jarmusch, Tarr Béla és Aki Kaurismäki filmjeiben fedezhetők fel a minimalizmus nyomai.



A filmes minimalizmus jellemzője a csökkentett eszközhasználat, a jelenidejűség (itt és most), a személytelenség, a karakterek és bizonyos részletek kidolgozatlanlansága, a fogyasztói kultúra monotonitása, ahol az életet a használati tárgyak felhalmozása jelenti, a rút realizmus.⁴

A minimalista karakterek nem redukált képességű hősök, csak nem funkcionálnak képességük teljességében. Legtöbb esetben ez egy olyan válság

a minimalista karakterek nem redukált képességű hősök, csak nem funkcionálnak képességük teljességében

következménye, amelynek előzményeit a film nem mutatja be, ezért az eseményeket máris redukálnak érezzük. A másik fontos dolog, hogy a néző nem kerülhet közel a karakterek belső világához, a távolságtartás szigorúan megmarad. A hősök nem beszélnek magukról, tetteik által sem karakterizálhatók, gyakran visszahúzódnak, magukba zárkoznak.

A minimalista narratívára az elliptikusság és az epizodikusság jellemző. Rövid fragmentumokba csoportosított történetek ismétlődnek, amelyek mindvégig megmagyarázatlanul maradnak. Noha a narratíva rendkívül szegényes, az időkezelés is egyszerű, mégis mindig történik valami rejtett, valami fontos, ami sosem drámai mozzanatokban bontakozik ki. Képileg általában jól meghatározott, kézi kamera használata egyáltalán nem jellemző, egyszerű és fix plánokat használ, gyakran hosszú kocsizásokkal.

Jellemző a minimalista paradoxon: a pontossággal éppen a szituáció lényegét takarja el, ami többértelműséghez, illetve rejtélyhez, a film nyitva maradásához vezet.

A késői modern filmben Robert Bresson (1901–1999) dolgozta ki az első radikálisan minimalista formát, amit Michael Haneke kortárs osztrák rendező is nagy elismeréssel követett, majd fejlesztett tovább. A bressoni metonimikus minimalizmusnak legalább három jól megfogalmazható jellemzőjét lehet elkülöníteni: a képen kívüli tér gyakori használata, az elliptikus narráció és a rendkívül szenvtelen színészi játék.

Amint látható, a minimalizmus igen változatos formákban képes nyilvánulni, de a jellegzetes minimalista vonások használata, jelenléte (vagyis azok az összetevők, amiktől egy film minimalista lesz) megkérdőjelezhetetlenül szükséges. A következőkben Michael Haneke sajátos minimalizmusát fogom közelebbről megvizsgálni és összehasonlítani a Robert Bressonéval, mivel alkotásain leginkább az ő hatása érezhető.

Bresson hatása Hanekére

Michael Haneke nem fogja vissza magát, ha az őt inspiráló alkotókról kérdezik, és felettebb büszke arra, hogy filmes életében legjobban a gondolatba ejtés nagy mestere, a francia Robert Bresson (1901–1999) inspirálta. Persze, olyan neveket is említ még, mint Tarkovszkij, Bergman, Cassavetes, Scorsese, Woody Allen, de nyilvánvaló, hogy munkáiban közvetlenül érezhető Bresson hatása, nem úgy, mint például a Scorseseé.

A képen kívüli tér gyakori használata miatt Bresson minimalizmusát metonimikus minimalizmusnak nevezzük. A metonimikus minimalizmus

nagyjából azt jelenti, hogy rejtett forrásokból (ami legtöbbször egy külső hangforrás) sok narratív információ érkezik a tér láthatatlan részeiből, és észrevétlenül hozzácsatolódik ahhoz, amit látunk. Egyszerűbben tehát a cselekmény olyan térben játszódik, amit gyakorlatilag nem látunk, de ahhoz a térhez kapcsolódik, ami megelevenedik a képen.

Az az egyszerű tény, hogy Bresson ötvenéves pályafutása során csupán tizenhárom nagyjátékfilmet készített,⁵ már sokat sejtet a rendező kifinomult aprólékosságából. A dolognak természetesen anyagi vonzata is volt, de nem tekinthető fő gátló tényezőnek.

Ötletei megvalósításakor Bresson leginkább arra törekedett, hogy minimális anyagból a maximálisat hozza ki. A kiinduló anyagok redukálását több módon is megközelítette. Pályafutása kezdetén a legnagyobb hangsúlyt arra fektette, hogy színészei alakítását megfossa minden modorosságtól, hogy egy egyszerű, csupaszcmodellé változtassa őket. A néző számára ezekkel a kiüresített modellekkel való azonosulás lehetetlen, így egy olyan érzelmi távolság jön létre, ami gátolja, legalábbis megnehezíti az értelmezést. Ezt a módszert Brecht alkalmazta nagy előszeretettel drámáiban, aki a színész szerepét hasonlóképpen határozta meg. „A színésznek demonstrátornak kell maradnia; úgy kell megjelenítenie a demonstrált személyt, mint idegent, nem szabad eltitkolnia produkciójának azt az elemét, hogy ő tette azt, ő mondta azt.”⁶ Ezáltal a színész annyira eltárgyasul, hogy elmossa a határokat tárgy és ember között.

Jellemző a minimalista paradoxon: a pontossággal éppen a szituáció lényegét takarja el, ami többértelműséghez, illetve rejtélyhez, a film nyitva maradásához vezet.

Hová lettek az arcok?

Bresson gyakorlatilag az azonosulás minden fajtáját elvetette. Ebből az aszkézisből Hanekének is bőven jutott, hiszen már korábbi munkáiban megelevenednek a Bresson által megformált szereplőmodellek.⁷ Haneke szereplői „dokumentációteli modellek”⁸, kiemelten hétköznapiak, minden látványosságtól mentesek, látszólag tökéletesen teljes életet élnek.

A színészek hűvössége nemcsak a színészi játék „megsemmisítésében” áll, hanem a visszafogott verbális megnyilvánulásokban, valamint a párbeszédek redukálásában is.

Meglepő, hogy e sok szigorúság ellenére Bresson mégis képes érzékenység nélküli mély érzelmeket közvetíteni. Felmerül a kérdés: mégis hogyan? A kérdést a mester maga válaszolja meg: „Hogy lehet feltárni azt, ami »belül« van? Azt hiszem úgy, hogy óvatosan kívül maradunk.”⁹ Bressonnál és Hanekénél ezzel a kívül maradással egy áthatolhatatlan objektivitás is párosul.

Takarékosság, szigorúság, pontosság – ezek egy igazán szentelen mű alappillérei, és ha filmről van szó, ezek a legkedvesebb fogalmak Haneke számára. A szentelenség kiteljesedéséhez ennek a takarékoságnak minden formában meg kell nyilvánulnia. A szigorú elbeszélismódokat Bresson forradalmasította, ám tanítványa is előszeretettel használja, sőt, a szűkösség korlátain belül még tovább is fejlesztette. Bordwell ezt a Bresson-féle parametrikus elbeszélismódot a filmes minimalizmus egyik legjellegzetesebb példájának nevezte.¹⁰

A következőkben párhuzamot vonok Bresson és Haneke között, megemlítve az alapvetően közös vonásokat, amelyek egyben stílusjegyeik legfontosabb motívumai is, valamint említék néhány tudatos különbséget is.

Tehát egyiküknél sincs „színhészkedés”, nincsenek arckifejezések, nincs színelés, csak rideg visszafogottság, pusztá jelenlét, üres lét, ami már-már előreutal valami nem kívántra, ami be fog következni. Az a kevés párbeszéd (amit kis túlzással monológoknak is lehetne nevezni) rendkívül monoton módon hangzik el, mintha nem is a szereplők mondták volna ki, mintha a verbalizálással egyidejűleg eltávolodnának a szavaktól. Azt a néhány kötelező mondatot eldaráló hang mintha a semmiből érkezne, és gazdájától függetlenül ugyancsak a semmi felé tartana. Ezek a hángok (ahogyan tulajdonosaik is) hozzák létre azt a teret, amely meghatározza a létezést, a jelent. Ez a jelen nem több, mint az Itt és a Most,¹¹ ami nem tart semerre, konstans.

a pár kötelező mondatot eldaráló hang mintha a semmiből érkezne, és gazdájától függetlenül ugyancsak a semmi fele tartana

A szereplők beszédmódja nagyon jellegzetes, és ha úgy vesszük, ezek az emberek nem is beszélnek. A kommunikáció, vagyis leginkább annak hiánya és sikertelensége gyakori téma Hanekénél (Bressonnál is, csak nála kissé másképp). Bresson nem is keresi a párbeszéd lehetőségét, Haneke meg talán túlságosan is, de csakis abból a célból, hogy kimutathassa működésképtelenségét.

A színészek (azaz modellek) kiválasztásánál Bresson sem külsejüket, sem hangjukat nem vette figyelembe, „mivel filmjeiben nem az önálló képek látványára, expresszivitására, hanem a képközi kapcsolatokra helyezi a hangsúlyt.”¹² Bresson szerint a modell „hangja rajzolja elem a száját, a szemét és az arcát, a teljes külső és belső portróját, tökéletesebben, mintha ott állna előttem. A legpontosabb megismerés eszköze a pusztá hallás.”¹³

Azért a megismerésen innen és a halláson túl a képeikről sem feledkezhetünk meg. Mindketten a részleteket helyezik előtérbe, a hangsúly a töredékes aprólékoságon van. A képiség középpontjában a rutin megjelenítése áll a leggyakrabban, amit képesek szokatlan hosszúságú jelenetekbe sűrítieni: vagy elviselhetetlenül hosszúak, vagy irritálóan rövidek. Haneke és Bresson filmjei is szokatlanok, megerőltetőek és túlzottan tömények. Mindkettő lemond az akcióról, mégis sikeresen a képernyőkre tapasztják a nézők szemét azzal, hogy jelentéktelen és mindennapi pillanatokot mutatnak. Mindketten mondanak valamit, annak ellenére, hogy majdnem semmit sem mutatnak. A minimalizált gesztusok és mozgások tudatos szerepe, hogy felkeltsék az érdeklődést a mögöttes tartalom és a rejtett jelentések iránt.

A redukált bőség zavara

Haneke precízen leírta, hogy mitől működőképese Bresson képei: a redukció és a kihagyás a két varázsszó a néző aktiválásához. A kihagyás megakadályozza a nézőt az azonosulásban (a túlmagyarázás és a szájbarágás szociológiai és pszichológiai szempontból is káros). A kihagyás olyan, mintha az emberi test csak rövid pillanatok erejéig lenne EGY, mintha a

törzs vagy a végtagok folyton szétválának. Az arc is a test része, egy mozdulatlan, kifejezéstelen ikonja a melankóliának, az identitás elvesztésének. A kihagyás végül szerencsés is, mert megfosztja a képet a szenvedéstől és a fájdalomtól.¹⁴ Ezen kihagyások bőségének (is) köszönhető az a tény, hogy sem Bresson, sem Haneke filmjei nem érnek véget a moziteremben, hanem minden néző fejében továbbszóvdnek.

Ugyancsak a kihagyások sorozatának köszönhető a filmekben uralkodó masszív fragmentáltság. Haneke legtöbbször éles snittekre épít, minimalizálja a kameramozgást, statikus képekre alapoz. Filmjeiben viszonylag kevés a beállítottóság, annál több viszont a töredék. Ezek a darabkák (legyen az tárgyi, auditív vagy vizuális) végül is ott vannak egymás mellett, a nézőre bízva, hogy összeillesse őket. Kiváló példa ez a tárgyi minimalizmusra, hiszen minden, amit látunk vagy hallunk, „nem valami más, hanem »az, ami«, vagyis önmaga”¹⁵.

A megelevenedett világok oly távoliak, mégis rémisztően közelinek hatnak a sok apró részlet besűrítésével. Tárgyak, emberek részleteit látjuk, nyugodt és hűvös színekbe burkolva. Haneke olyan képeket használ, amelyen szívesen elidőznek a néző szemei (például a hangulatos reggelijelenetek *A hetedik kontinensben*). Részleteket mutat emberekből, terekből, cselekedetekből, és a nézőre bízva, hogy ezekből a darabokból kirakjon magának egy olyan világot, ami valójában sosem lesz egész. A gépies, mechanikusan mozgó és beszélő karakterek hangsúlyozzák Bresson ars poeticájának lényegét: „A film kelti életre a színészt, és nem a szereplők keltik életre a filmet.”¹⁶

a legpontosabb megismerés eszköze a pusztá hallás

Nem mondható el azonban Haneke filmjeiről, hogy szépek lennének. Ezzel szemben Bresson filmjei pedig nagyon is azok (noha későbbi filmjeiben elutasítja a vizualitást, lemond a „szépről”):¹⁷ képei hosszadalmasak, nem siettetik a cselekményt, hanem feloldják és lélegezni hagyják önmagukat. Elgondolkodtatnak. Haneke filmjei ezzel szemben inkább sokkolóak, de semmiképp sem szépek. A néző nyugtalanítása érdekében még egy röpke lélegzetet is képes meghosszabbítani. A gondosan megszerkesztett töredékek ellenére egyik rendező sem avatkozik bele a dolgok menetébe, hagyják, hogy azok saját módjukon kommunikáljanak a nézővel.

Snitt, részlet – ezek a fogalmak határozzák meg Haneke filmjeit. Kép, monotonitás, hézagok – ez pedig Bressonét¹⁸. Bresson maga a lassúság és nyugalom, Haneke pedig a sokk, undor és utálat: azért így nyilvánvaló a különbség. Még ha esztétikailag kissé eltérő módon is, de mindketten a világot kutatják, és ezt széteső darabokban, taszító formákban, elhasznált szimbólumoktól mentesen teszik nyilvánvalóvá a néző számára. Haneke kétségtelenül tanult Bressontól: az érthetőség felé való törekvést, ami a látszólagos igazságot másképp mutatja, hallatja és érezteti. Ezzel együtt viszont egy teljesen más filmmelvet is alkotott magának.

Haneke szerint a szépség ajándék, nem pedig egy céltudatos eredmény. „Az érthetőség (elő)feltétel, a redukció pedig egy módszer. A szépség tényleges megjelenése viszont csak egy epifánia marad. Az érthetőség szerintem

örök feltétel. Az idő múlásával a módszer is változik. A filmkészítők is olvasnak könyveket, néznek képeket és hallgatnak zenét.

Bresson Stendhali idézte nagyon ritka interjújának egyikében: »Más művészetek tanították meg nekem az írás művészetét.« Ez volt a válasza, amikor tanítómesteréről kérdezték. Ehhez aligha van mit hozzáfűzni.¹⁹

(A szerző újságíró, a BBTE frissen végzett hallgatója.)

Jegyzetek

- 1 Szegény művészet: tartalmi értelemben vett visszafogottság.
- 2 Különösképpen a 9 óra hosszúságú *Bosszúságok* c. műve, amely 840-szer ismétli meg ugyanazt az elemet.
- 3 Kovács András Bálint: *A modern film irányzatai*. Palatinus Kiadó, Budapest, 2008. 160.
- 4 Varga Balázs – Pápai Zsolt: *Egyetemes filmtörténet*. Az ELTE BTK Filmelmélet és filmtörténet szak tavaszi, utolsó kurzusa. 2006. május 4.
- 5 Nagyjátékfilmjei: *Les anges du péché* (1943), *Les dames du Bois de Boulogne* (1945), *Journal d'un curé de campagne* (1951), *Un condamné à mort s'est échappé ou Le vent souffle où il veut* (1956), *Pickpocket* (1959), *Procès de Jeanne d'Arc* (1962), *Au hasard Balthazar* (1966), *Mouchette* (1967), *Une femme douce* (1969), *Quatre nuits d'un rêveur* (1971), *Lancelot du Lac* (1974), *Le diable probablement* (1977), *L'argent* (1983).
- 6 Idézi: SONTAG, Susan: *A pusztulás képei*. Európa Könyvkiadó, 1971, Bp., 209.
- 7 A szentvelten szereplés elhalványodik *A zongoratanárnővel* kezdődően, utána mind-egyik filmben profi színészek játsszák a főszerepeket, ami ellentmond a korábbi distanciateóriának.
- 8 Haneke mondta egy beszélgetés során. Linzben, 1995. június 1.
- 9 Idézi: SONTAG, Susan: uo. 189.
- 10 BORDWELL, David: *Elbeszélés a játékfilmben*. Magyar Filmtintézet, Bp., 1996. 283–317.
- 11 LEISCH-KIESL, Monika: *Es sind Fragen aufgetreten und offen geblieben* (Michael Haneke – Robert Bresson). In: Christian Wessely – Franz Grabner – Gerhard Larcher (szerk.): *Michael Haneke und seine Filme. Eine Pathologie der Konsumgesellschaft*. Schüren Verlag, Marburg, 2008. 331.
- 12 Margitházi Beáta: Elmozdulás és kiterjesztés: keret és arc kölcsönhatásai. Robert Bresson *Zsebtolvaj* (1959) és *A pénz* (1983) című filmjeiben. In: Pethő Ágnes (szerk.): *Köztes képek. A filmelbeszélés színterei*. Scientia Kiadó, Kolozsvár, 2003. 63.
- 13 BRESSON, Robert: *Feljegyzések a filmművészetről*. Osiris, Bp., 1998. 12.
- 14 HANEKE, Michael: Schrecken und Utopie der Form. Bressons „Au hasard Balthazar”. *FAZ* Nr. 6. (1995.7.1.)
- 15 Tarnay László: A látás dialektikája. In: Pethő Ágnes (szerk.): *Köztes képek. A filmelbeszélés színterei*. Scientia Kiadó, Kolozsvár, 2003. 159.
- 16 Idézi: Margitházi Beáta: Elmozdulás és kiterjesztés. Uo. 63.
- 17 SONTAG, Susan: Uo. 221.
- 18 LEISCH-KIESL, Monika: Uo. 328.
- 19 A szerző fordítása. GRABNER, Franz: „Der Name der Erbsünde ist Verdrängung”. In: Christian Wessely – Franz Grabner – Gerhard Larcher (szerk.): *Michael Haneke und seine Filme. Eine Pathologie der Konsumgesellschaft*. Schüren Verlag, Marburg, 2008. 24.

„Nem számít, hogy mit tudsz, része vagy mindennek, ami történik”

Női archetípusok a klasszikus film noirban

A film noir női főszereplői két archetípus valamelyikéhez tartoznak. A típusok meghatározása, a nőalakok jellemzése, illetve a cselekmény dramaturgiájában betöltött szerepük elemzése a férfi hőshöz fűződő kapcsolatuk szempontjából közelíthető meg.

Eszerint a leggyakrabban emlegetett, a film noirra leginkább jellemző, maradandó szereplőtípus a végzet asszonya, a femme fatale. Az ő ellentéte a hűséges feleség, társ, aki próbálja megmenteni a hőst a végzet asszonyának karmaiból. Ennek a szereplőnek a kevésbé erőteljes, ám ugyancsak érdekes változata az a szintén kedves, ártatlan hölgyalak, akit a hősnek meg kell mentenie. E nők alakja és szerepe azért nehezen körvonalazható a főszereplő számára, mert a femme fatale maga is ilyennek tűnik – egy ideig. A néző azonban sosem tévesztheti össze kettejüket – köszönhető ez egy sereg vizuális, képszerkesztés-, fényképezés- és világításbeli – egyszóval filmnyelvi – megvalósításnak. Következzen tehát a két szereplőtípus – ha úgy tetszik: archetípus¹ – részletes bemutatása.

A végzet asszonya

A végzet asszonyának archetípusa abba a világba és életérzésbe gyökerezik, amelyben a noir filmek születtek. Ahogy Newton Thomas Sigel fogalmaz: „A femme fatale világában annak következtében jött létre, hogy a nők oly sok szerepet vettek át a férfiktól a második világháború idején. És amikor a férfiak viszatértek, az általuk otthon tapasztalt több változás közül az egyik a nőknek ez a telje-



sen új, váratlan szerepe volt. Dolgozó nők, nők a házon kívül. Több értelem-ben is a film noir a férfi rendezők emiatti egyfajta bosszújáéként fogható fel. Ugyanakkor valóban a férfitársadalom nőkkel való konfliktusát mutatják be, ezért a femme fatale-nak egyrészt megvan ugyan a maga hálója, másfelől viszont gyönyörű és titokzatos és szexis és vonzó.² (Leva 2006, 00:53)

A hősnek – magándetektívnek, lecsúszott nyomozónak, kisszerű bűnöznek, mindenképpen erkölcsileg kétes értékrendszerű főszereplőnek – mindig választania kell, kezében a sorsa, előtte pedig a végzetes szépségű nő, aki maga a sors is lehet: „Választások előtt állsz. A titok nyitja az, hogy az általad meghozott döntés vezet rá téged arra az útra. De a te döntésed volt beülni abba az autóba. A te döntésed Barbara Stanwyckkel menni vagy nem menni, és belekeveredni a férje meggyilkolásába” – példázza a *Double Inemity*-vel Nicholas Pileggi forgatókönyvíró.³ (Leva 2006, 01:02)

A hős sorsát éppen a fent felsorolt hölgytípusok befolyásolják, akik közül szintén elkerülhetetlenül választania kell. A klasszikus film noir története szerint a hős mindig a femme fatale-t választja, aki arra ösztönzi, hogy gyilkosságot vagy valamilyen más bűnt kövessen el. „A nő – tettettett vagy valódi szerelemből – bűn elkövetésére készíti a férfit, amelyet az magától nem követett volna el.” (Kovács 2000. 5) Átveri a férfit, aki általában már túl későn döbben rá a csalásra, és a végzet asszonyát már többnyire csak a saját élete árán tudja megsemmisíteni (ez például a *Double Inemity* főhősnéke a sorsa is).

Az erős, „végzetes” nő vonzó, határozott, ambíciós, független és szabad, még ha gyakran kapcsolatban vagy házasságban él is. Tudatában van vonzó külsejének, és ki is használja a szexuális vonzerejéből származó előnyöket, éppen ezért veszélyt jelent az ösztönök vezérelte férfiakra nézve. „A háború eredményeként a nőkre durvább szerepeket osztottak – véli Eric Lax. – Nem kellett már olyanoknak lenniük, mintha kartonpapírból lennének. A női lehetőségek olyannyira feljavították a karaktereket, hogy láthatsz nőket, akik annyira kemények és nehéz esetek és ártalmasak, akárcsak a korábban megrajzolt férfialakok. És te nem vagy kemény. A dolgok közepében vagy. Mélyen. A fejed búbjáig. Nem számít, hogy mit tudsz, része vagy mindennek, ami történik.”⁴ (Leva 2006, 00:54)

E csapdát jelentő gyönyörű lény alakja bizonytalan, érdekes, ő maga intelligens, és mindenben ellentéte az unalmasabb, de stabil jellemű és szerepű feleségnek. „Az asszony gonosz erő” – írja Jacques Siclier⁵, azonban Kovács András Bálint felhívja a figyelmet arra, hogy a nők „titokzatosságuk és vonzerejük ellenére sohasem kiszámíthatatlanok a történetben. Ők nem változnak, csupán gyakran derül ki róluk, hogy »másvalakik«. A femme fatale titka teszi a film noir cselekményét bonyolulttá, de nem emiatt a titok miatt marad a cselekmény megoldatlan. [...] A »femme fatale« csupán egy jelszó annak veszélynek a jelölésére, amit a szexuális különbség, a vágy igényei és kockázatai jelentenek a férfi számára. A férfi gyakran veti alá magát önként a »pókasszonynak« – ahogy Neff a *Gyilkos vagyokban* –, ugyanis éppen a nő veszélyes szexualitása után vágyódik, azaz saját perverz vágya lesz végül a veszte.” (Kovács 2000. 5)

Ahogy a film noir rendezői közül is kiemelkedett több, utólag kimon-dottan noir filmesként számon tartott név, ugyanúgy a femme fatale szerepében is nagyjából ugyanazok a (sztár)színésznők tértek vissza újra és újra – köztük Joan Crawford, Mary Astor, Veronica Lake, Barbara Stanwyck, Lana Turner és Dana Andrews.⁶ Valójában minden színésznő erre a szerepre vágyott – jelenti ki Alan Silver: „a színésznők természetesen haltak meg azért, hogy a femme fatale-t játszassák ezekben a filmekben, hiszen ez volt a legemlékezetesebb karakter. A korszak népszerűségben és honoráriumban vezető színésznői közül sokan nem voltak olyanok, akiket szépségversenyek gondolatával társítanál. Azért fizették őket, hogy jól nézzenek ki, de azt hiszem, egy bizonyos módon kellett játszaniuk is ahhoz, hogy a férfi és a női mozilátogatókhoz is szóljanak.”⁷ (Leva 2006,00:58) „Ez érvényes a jól ismert színésznőkre, mint Ava Gardner és Rita Hayworth – folytatja a gondolatot Eddie Muller – az olyan sötét, nagyszerű alakításokig, mint amilyen Jean Gillie-é a *Decoy* című B kategóriás filmben, ami a csúcs alatt volt sokkal.”⁸ (Leva 2006, 00:58)

A femme fatale erős egyéniségét a noir filmek a látvány szintjén is hangsúlyozzák. Ezen vizuális stílusbeli jelzések által válik a noir történetében jártas, vagy egyszerűen több noir filmet látott, azokat akár öntudatlanul értekelő, filmtörténeti szaktudással nem feltétlenül rendelkező néző számára egyértelművé, hogy a vásznon a „pókasszonnyal” találkozott.

A képkivágás középpontjában vagy arany metszészonalánál helyezkedik el, teljes alakja megsokszorozva vagy premier plánban kitölti a képmező – mindenképpen uralja a látványt. Gyakran férfias öltözetet visel, cigarettázik, fegyvert markol, ugyanakkor huncutul és alattomosan nőies, megbotránkoztatóan szemtelen, szavaival, rámenősségével olykor közönséges, a néző mégsem bírja levenni róla a pillantását. Különlegességével, az alakját megvilágító fény-árnyék foltok titokzatosságával, a beállítással egyaránt magára vonja a kamera és a néző figyelmét. Emlékezetes az a kép, amely *A máltai sólyom* végén jelenik meg: Sam Spade búcsút vesz az elbukott végzet asszonyától, aki a felvonóban indul a börtön felé – „arcán a film noir archetipikus hősnőjének jelével – a sötét árnyékkal” (Thompson–Bordwell 2007. 258)

A hős nem tud megszabadulni a femme fatale bűvös erejétől, csak akkor győzheti le, amikor – Frank Miller szavaival élve – amaz „elveszti az önuralmát, amikor a hazugságai többé nem használnak”⁹ (Leva 2006, 01:00). Paradox módon csak akkor bírhatja, ha megsemmisítette: „a noir nem veszélyes nőkről szól, hanem olyan férfiakról, akik elvesztették erkölcsi függetlenségüket. Erősnek látszanak, de már nem urai saját maguknak. Ezért nem tudnak védekezni a csábítás ellen” (Kovács 2000. 6).

„Azt hiszem, nincsenek már femme fatale-jaink a mai filmekben” – jelenti ki Lili Fini Zanuck, a neonoir filmként számon tartott *Rush* rendezője egy interjúban. Hangjába kis nosztalgia vegyül, bár ő maga már korából kifolyólag sem játszott a klasszikus film noir egyetlen filmjében sem. „Azt

E csapdát jelentő gyönyörű lény alakja bizonytalan, érdekes, ő maga intelligens, és mindenben ellentéte az unalmasabb, de stabil jellemű és szerepű feleségnek.

hiszem [...] ez nagy veszteség. – folytatja. – Mert a femme fatale olyan nő, aki rosszá teszi a férfiakat. És ez nagyon érdekes. Mindig elbűvöli a közönséget. Különleges nő.”¹⁰ (Leva 206, 00:58) Ellent kell mondanunk ennek az állításnak. Ha valóban csak a legújabb, az 1990-es, 2000-es években bemutatott neo-noirokra gondolunk, akkor is több, alaposan kidolgozott végzet asszonya figurát ismerhetünk meg.¹¹

Ellenszer a femme fatale-ra

A klasszikus film noir narratíva szinte elmaradhatatlan tartozéka a feleség/szerető alakja, egy-egy olyan pozitív hősnő, aki tökéletes ellenpólusa a végzet asszonyának. A noir rendezők nem csupán a férfi végzetét okozó szépségről meséltek elsősorban férfitársaikat megszólító munkáikban: „Félrevezető lenne azt gondolnunk, hogy a noir gyűlölettel tekintett a nőkre – hívja fel a mindenkori néző és elemző figyelmét Eddie Muller. – Ha közelebbről megvizsgálod ezeket a filmeket, teleékelődnek kiváló, őszinte nőkkel, akik meg fogják menteni a szegény bolondot, aki nem tudja, amit te már tudsz, hogy milyen pokolba fog keveredni. És azt hiszem, ez forradalmi e filmek részéről, akárcsak a gonosz asszony megrajzolása.”¹² (Leva 2006, 00:54)

A hős segítői olykor egyértelműen pozitív szereplő hölgyek, akik szépségükben semmivel sem múlják alul negatív „párjukat”, csinosak, kiegyensúlyozottak, kiszámítható egyéniségek, megbízhatók és hűségesek, kitartanak férfitársuk mellett.¹³ Bár többnyire törekeny és finom ízlés szerint egyszerűen öltözött lányok-asszonyok, képesek keményen kiállni a hős mellett. Nyelvük csípőssége nem marad le a femme fatale pattogó iróniájától. Íme egy

Azt hiszem, nincsenek már femme fatale-jaink a mai filmekben.

példa, egy csattogó párbeszéd a *Gyilkosság, szerelmem* című 1944-es filmből (a jelenetben a végzet asszonya és a hős mellett álló szerelmes konfrontációjának lehetünk tanúi):

„– Talán megtanulod nem kijátszani a jóindulatot.

– Nem, ő nem szeret téged. Gyűlöli a férfiakat.

– Gyűlölöm az asszonyaikat is. Különösen a big-league szőkeket. Csodaszép, drága cicák, akik tudják, hogy miük van. És belül – kék acél. Hideg! Épp annyira hideg, csak nem annyira erős a ragaszkodásuk!”¹⁴ (Leva 2006, 00:55)

Miért nem győzhet a végzet asszonya felett ez a méltó ellenfél? Miért választja a férfi mégis a femme fatale-t, és miért tér vissza túl későn a csendesen szerető madonnához? A válasz egyszerű: mert a végzet asszonya érdekesebb, a veszély izgalmasabb.

Lise Hordnes szerint „ahelyett, hogy a hagyományos családi étellel szemben alternatívát mutatna, a film noir arra [is] figyelmeztet, mi történhet, ha valaki ki akar lépni a patriarchális rendszer hagyományos értékrendszeréből”. A film noirban a családi kapcsolatok nem természetesek, ezek a filmek a család hiányára épülnek. A házasságok gyakran unalmasak,

sterilek, éppen ezért a férfiak – és gyakran a nők is – a házasságon kívüli kapcsolatokat keresik, a hagyományos házasság törvényeinek a megszegése mégis ellenük fordul.¹⁵

Férfi és nő tartós kapcsolatának a lehetőségét gyakran megtagadják a noir filmek – hívja fel a figyelmet Richard Dyer (1995. 55): az *Egy magányos helyen* Laureljé például elutasítja Dix szerelmét, még ha meg is bizonyosodik a férfi ártatlansága felől, Phyllis és Walter egymást lövi le a *Gyilkos vagyok* zárójelenetében stb. Dyer idézett tanulmánya felhívja a figyelmet a férfi és női szerepek összehasonlítására, a homoszexualitásra utaló finom jelzésekre, amelyek egyik-másik noir filmben feltűnnek: nőies vonásokkal rendelkező – választékos öltözetű, manikűrözött, parfümfelhőben úszó, kínosan tökéletes frizurájú, esetleg a művészeteket és a főzést szerető – férfiakról, ugyanakkor férfias – csontos testalkatú, tagbaszakadt, szigorú frizurájú és szövetkosztümöt viselő, mély és erős hangú – hölgyekről is beszél. (L. Dyer 1995. 60.) A noir világában mondhatni érthető jelenség lenne a homoszexualitás, hiszen a „pókasszonyban” csalódott férfiak az egész női nemből csalódnak, azonban a homoszexualitást közvetlenül egyetlen film sem ábrázolja: a menekülést általában a férfiakkal kötött barátság jelenti.¹⁶

Nem annyira fekete? Mildred Pierce

Könnyű felismerni a film noir alkotásokat már a női szereplők által is. Van azonban egy film, amelyet a film noir alapléműveként tart számon a filmtörténet, mégis éppen elsősorban nőalakjai miatt tekinthető határozottnak. Kertész Mihály, alias Michael Curtiz egyik remekművéről, a *Mildred Pierce*ről van szó. Amilyen ambivalens figura Kertész Mihály – születési dátumáról egyet állítanak az anyakönyvek, más ő maga; egyes életrajzírók szerint jómódú zsidó polgári családból származott, mások hányatott gyermekkoráról beszélnek; magyarként „becsületes” amerikai névvel szerzett világhírt; megrendezett néhányat a filmtörténet legnépszerűbb filmjei közül (*Casablanca*, *Mocsok arcú angyalok*, *Yankee Doodle Dandy*, *Huckleberry Finn kalandjai*), de rendezett száz-százötven felejthető filmet is –, ugyanannyira ambivalensnek tekinthető műfaját illetően a *Mildred Pierce* is: számos műfaji és stílusjegye egyértelműen film noirként értelmezhető, ugyanakkor hiányzik belőle több, tipikusan noir-kellék.

Ebben a fejezetben azt elemezzük, hogy milyen noir jegyek hiányoznak a *Mildred Pierce*ből, és mitől tekinthető mégis noirnak az 1945-ben bemutatott alkotás.¹⁷

A címszereplő Mildred Pierce a harmincas éveik közepén járó háziaszszony. Házassága tönkremegy, mert a férje, Bert sorozatosan megcsalja. Ahhoz, hogy két kislányának mindent megadhasson, a magára maradt asszony pincérnek szegődik egy étterembe. Kitanulja a mesterséget, majd saját vendéglőt nyit, és az üzlet határozottságának, erős akaratának és kitartásának köszönhetően hamarosan jól menő üzletláncba női ki magát, Mildred és lányai pedig gazdagok lesznek. Az asszony magánéletében azonban sosem áll be az egyensúly. Folyamatosan három férfi között ingadozik: egyikük

Bert, a bűnbánó exférj, a másik Monte Beragon, a tékozló szerető, később egy különös üzletkötés nyomán Mildred második férje, a harmadik férfi pedig nem más, mint az örök udvarló, jóbarát és üzletvezető, Wally Fay.

Mildred két lánya, Kay és Veda nem kímélték őt. A kamaszkorát lassacskán kinövő Vedának saját – anyja megfogalmazásában – „drága ízlései” alakulnak ki. Különös módon éppen ő lesz anyja legnagyobb ellensége: megveti Mildredet, amiért volt ereje munkával felkapaszkodni. Gyűlölet fűti, talán mert kicsit irigy is, és mindent megtesz azért, hogy anyja lelkébe gáboljon. Mildred ezzel szemben utolsó pillanatig harcol lányáért, ám a film végére a gonosz mégiscsak elnyeri méltó büntetését, és a gyilkos Veda lebukik, Mildrednek pedig sorsára kell őt hagynia. A film végén Mildred visszafér első férjéhez, Berthez.

E rövid cselekmény-összefoglaló és természetesen a film megnézése után azonnal felismerjük, hogy „Kertész Mihály Mildred Pierce példáját az amerikai asszonyok problémáira hegyezi ki.” (Markó szerk., 2000. 195.)¹⁸

A film első benyomásra nem tűnik noir-alkotásnak. Elsősorban hiányzik belőle a klasszikus noir szériára annyira jellemző, nyomasztó hangulat, a „beteg a világ” légkör. A noiros létbizonytalanság helyett az „amerikai álom” látjuk feminista szemszögből: az átlagos utca egyenházai között élő amerikai háziasszonyt, aki saját bevallása szerint „mintha a konyhába született volna” és „más életet soha sem ismert”, akinek van egy jóképű férje és két szép gyereke. Aztán a magánéleti tragédia – az amerikai álom csödjé – után talpra álló, a férfiak világába betörő és ott önéregeből érvényesülő üzletasszony sikerét tapasztalhatjuk.

A film noir forgatókönyvekkel ellentétben itt a főszereplő számára nem a korrupció társadalom okozza a csalódást, hanem a saját családja, ahova a hagyományos noir dramaturgia szerint menekülnie kellene.

Említettük már, hogy a *Mildred Pierce* különlegessége a főszereplője: a film középpontjában nem férfi hős áll, nem kétes életű és erkölcsű alkalmi nyomozó, nem is szimpatikus, kisszerű bűnöző vagy Sam Spade-szerű, a világtól megcsömörlött, ironikus és olykor trágár magán-detektív, hanem egy nő. Bár a film elején szépségének és vonzerejének teljes tudatában egy hullá mellé csábít egy ártatlan férfit, és szinte sikerül is ráfognia a gyilkosságot, később kiderül, hogy ő nem a film noirból ismert végzet asszonya. Nem titokzatos, hiszen minden cselekedetének mozgatórugóját ismerjük, hiszen minden cselekedetének ugyanaz az indoka: Veda számára akar jobb életet biztosítani. Ráadásul sokkal bonyolultabb a női lélek ábrázolása Kertész filmjében, mint a film noirban általában.

A filmben mégis találunk valamiféle femme fatale-t, mégpedig Veda alakjában. Azért csak „valamifélet”, nem éppen igazít, mert a lány cselekedetei, a férfias végzet asszonyához méltó befolyásolása, csábításai mögött nem elsősorban önző anyagi célok állnak, hanem az anyja iránti gyűlölet.

Műfajként a film noir a bűnügyi film szubzsánere, itt viszont a bűntény mondhatni másodlagos jelentőségre tesz szert a családi konfliktusok és szerelmi viszonyok láncolata mellett. A *Mildred Pierce*-ben erősebbek a romantikus lélektani dráma műfaji jegyei, mint a bűnügyi filméi, a bűnügyi történet csak keretezi a családi/romantikus dráma eseményeit. Kertész mű-

fajtvözetében ezen kívül is megjelenik egy műfaj: a vígjáték – gondoljunk csak a nevelésgeesen vékony hangú és kissé együgyű néger szobalány alakjára. A humor alapjában véve elképzelhetetlen a klasszikus film noirban: az egyetlen rokon esztétikai érték az ironia.

Azt is megszoktuk a film noir alkotásoktól, hogy cselekményük rendkívül bonyolult (annyira, hogy például fel sem tűnik, ha a rendező megfledkezik egy hullárról, nem derül ki a film végén sem, hogy ki volt a mellékszereplő gyilkosa) – ezzel szemben azonban a *Mildred Pierce* cselekménye a bűnügyi kereten belül egyszerű és lineáris felépítésű. A váratlan fordulatok sem olyan megdöbentető erejűek a filmben, mint a többi noir alkotásban, például *A máltai sólyomban* vagy *A gonosz érintésében*: itt minden cselekményfordulat könnyedén megmagyarázható a túlzott anyai szeretettel, ennek függvényében semmi sem döbent meg igazán a nézőt.

A *Mildred Pierce*ben a pattogó, „szemtelen” párbeszédok helyett természetesen ízű, elegánsan gördülő beszélgetések tanúi vagyunk. Az egyetlen helyzetben, amikor szemtelen szavak hangzanak el – Veda és Mildred párbeszédében –, azok azonnal elnyerik a méltón jutalmazó pofont.

Miért tekintik mégis film noir alkotásnak Kertész Mihály *Mildred Pierce*ét?

Elsősorban éppen nőszereplői miatt: ha Veda nem is igazi femme fatale, mégiscsak izig-vérgig végzet asszonya, aki a szemünk előtt érik azzá, és csábítja el nevelőapját. Van egy gyilkosságunk és egy kis zsarolásunk is, ami műfajilag a noirhoz közelíti a filmet. A *Mildred Pierce* igazi noir jellegzetesége azonban elsősorban a vizuális stílus. Visszatérő noir elemek a filmben például a különböző csíkok és vonalak: mondhatni noir közhely a zsalugáter megjelenése, de rácsokat látunk a munkaközvetítő hivatalban – és mindez Mildred éppen aktuális helyzetének a kilátástalanságát jelzi (utóbbi esetben például elutasítják, hiszen háztartásbeliként nincs elég tapasztalata semmiféle munkához). Sokszorosan rácszott térben találkozunk először Mildred Pierce Beragonnel, aki később magánéleti boldogság helyett újabb csalódást hoz számára – a találkozás pillanata pedig utólag egyfajta „cseberből vederbe” helyzetű értékelődik át, s rájövünk, hogy a rácszott szobák, falak által a rendező erre már akkor figyelmezteti is a nézőt. Mildred ruhája, otthonkája, illetve elegáns bundája is vonalas mintájú – ez azt jelzi, hogy nehéz lesz kitornie saját korlátai közül, lánya iránti túlzott ragaszkodásának börtönéből.

Ahogy a vonalakat, ugyanúgy a belső tereket is a film dramaturgiájának szolgálatába állítja Kertész Mihály. A férjvel való szakításjelenetben a szereplők egymáshoz való viszonyulását, illetve kapcsolatuk megváltozását a szobákat határoló boltívek, illetve azoknak a szereplőkhöz viszonyított aránya jellemzi. Ugyanúgy a lépcsők is a feszültségkeltés szédítő, hagyományos noir eszközei. Az egymást metsző síkok például a film eleji gyilkosságjelenetben expresszionisztikus képszerkesztést mutatnak, az Európából hozott hagyományok noir stílusba való beépülésének gyönyörű példái. A belső terek tagolásának szintén a film noirra jellemző alapeszköze az egymás mellé helyezett, sötét-világos foltok kontrasztjának leleményes használata. A *Mildred Pierce* bizonyítja, hogy Kertész Mihály az árnyékok használatának mestere – sokszor az árnyéka helyettesíti rendkívül szuggesztív módon a képből ki-

lépett szereplőt. De gyönyörű példa az árnyékok használatára a film utolsó snittje: a rendőrség sötét épületéből a világos kinti világ felé sétál Mildred és exférje; a fölējük tornyosuló, végtelen fekete fal jól érzékelteti azt az ürességet, amely a nőben életcélja – lánya – elvesztése után marad, a világos város pedig a derűsebb jövőendő szimbólumaként értelmezhető.

Amint tehát Kertész Mihály maga is ambivalens figura, ugyanúgy egyik legnépszerűbb filmje, a *Mildred Pierce* is. A film noirként való kategorizálását elsősorban a főszereplő hölgy, illetve a többi nőalak nehezíti meg. Az, hogy a *Mildred Pierce* narratív elemei többnyire nem egyeznek a film noir műfajának követelményeivel, ám stílusának jellegzetességei noir jegyeket mutatnak, bizonyíték lehet a film noir kettősségén vitatkozó elméletírók számára – a noir stílusként felfogók álláspontját erősítheti. Kertész személyiségének a hovatarozása melletti érvként pedig álljon itt egy szuggesztív anekdota: az Internet Movie Database információja szerint Michael Curtiz sosem tanult meg tökéletesen angolul. A *Könnyűlovasság* című filmjének rendezésekor 1936-ban például sok felnyergelt, lovas nélküli lovat akart látni a kép háttérében, ezért kiadta a parancsot: „Bring on the empty horses.” A szállóigévé vált monadás később a film egyik sztárja, David Niven önéletrajzírásának a címe lett.¹⁹

A film noir jelensége nem zárult le a klasszikus noir ciklus „divatjának” elmúlásával. A többi jellegzetes szereplőtípushoz hasonlóan a neonoir filmekben felelevenedik a noir asszonyok alakja – bár újraértelmeződik, át-rajzoldódik, és mondhatni modernizálódik az. A modern végzet asszonyai általában a szexualitást explicit módon közvetítő filmeket uralnak – például: *Basic Instinct*, *Femme Fatale* –, más esetekben azonban egybeolvadnak klasszikus noirbeli ellenpólusokkal: a néző hosszú percekig várja, hogy mikor hull le az álarc a gyönyörű végzet asszonyáról, ám kiderül, hogy a hős végzetét okozó cselekedete valójában tévedés (például: *Who Own the Night*). E szereplőtípusok áttekintése egy újabb tanulmány témája lehetne.

(A szerző a BBTE doktorandusa.)

Irodalom

Nyomatott források

- DYER, Richard: 1996 (1978) *Resistance through Charisma: Rita Hayworth and Gilda*. In: KAPLAN, E. Ann (szerk.): *Women in Film Noir*: BFI Publishing: 91–99.
- DYER, Richard: 1995 (1993) *Homosexuality and film noir*. In: DYER, Richard: *The Matter of Images. Essays on Representations*. London–New York, Routledge: 52–71.
- MARKÓ László (szerk.): 2000 *A film krónikája*. Magyar Könyvklub–Officina Nova, Budapest
- THOMPSON, Kristin – BORDWELL, David: 2007 *A film története*. Palatinus, Budapest
- Roger Ebert: 1997 *Basic Instinct*. In: Microsoft CD-Rom *Cinemanía '97*.

Internetes források

- SHAW, Dan: 2002. Paul Verhoeven. In: *Senses of Cinema*
- <http://www.sensesofcinema.com/contents/directors/03/verhoeven.html> (2008. 04. 16.)

- N. n.: 2008. „Előkerült a legelső jó magyar film!” In: *Filmtett – Erdélyi Filmes Portál*
- <http://www.filmtett.ro/hir/166> (2008. 03. 20.)
- N. n.: Biography for Michael Curtiz
- É. n. <http://www.imdb.com/name/nm0002031/bio> (2008. 05. 01.)

Mozgóképes forrás

- LEVA Gery (rendező): 2006 *Film Noir: Bringing Darkness to Light*. Dokumentumfilm, DVD-n kiadta a Warner Brothers stúdió.

Jegyzetek

- 1 A femme fatale valójában a film noir által vált a szó jungi értelmében vett archetipussá, kulturális „ösképpé”.
- 2 „The femme fatale was really born as a result of women taking over so many of the roles of men during World War II. And when the men came back, among all the other dislocations that they experienced, one was, all of a sudden women with this whole new role. Women working, women being outside the house. In a lot of ways, film noir was sort of male filmmakers’ revenge on women for having done that. At the same time, it really represents a lot of mankind’s conflicted role with womankind which is why the femme fatale has her web on the one hand, but is always sort of beautiful and mysterious and sexy and attractive, on the other hand.” Fordítás tőlem, B. K.
- 3 „There are choices to make. And the key is the choice you make takes you down that road. But it was your decision to get in the car. It’s your decision whether or not to go with Barbara Stanwyck and get involved with killing her husband.” Fordítás tőlem, B. K.
- 4 „As a result of the war, women were given, I think, some broader characters to play. They didn’t have to be quite as cardboard. And the opportunities for women have improved for the characters, that you can have women who are as tough and as difficult and as ruinous as some men have been portrayed. And you’re not through. You’re in the middle. Deep. Over your head. No matter what you do now, you’re still part of everything that’s happened.” Fordítás tőlem, B. K.
- 5 Idézi említett tanulmányában Kovács András Bálint.
- 6 A rendezői utasítások olyankor roppant egyszerűek voltak, emlékszik vissza a korszak egyik filmszillaga, Jane Greer: „A forgatókönyv gyönyörű volt. Itt van ez a nagyszerű szerep. Jacques Tourneur, a rendező azt mondta nekem, amikor először találkoztunk: »Ismeri azt a szót, hogy érzéketlen?» Érzéketlen. Ez az, amit akarok. Érzéketlen. Nagy szemek nélkül. »Hát, nehéz lesz. De rendben, megpróbálom.« Azt mondta: »Az első felében jó kislány. A második felében rossz kislány.« Egyszerű. Ez az, amit ő akart. Ezt adtam én neki. És egyszerű volt.” (Az interjúrészlet eredeti változata: „The part was beautifully written. It’s this terrific role. Jacques Tourneur, the director, said to me when I first met him, »Do you know the word impassive?« Impassive. That’s what I want. Impassive. No big eyes. »Well, it’s gonna be hard. But, okay, I’ll try.« He said, »First half, good girl. Last half, bad girl.« Simple. That’s what he wanted. That’s what I gave him. And it was so easy.” (Leva 2006, 00:56) Fordítás tőlem, B. K.
- 7 „So, all these actresses were, of course, dying to play the femme fatale in these movies because they were the most memorable characters. Many of the leading actresses of the era in terms of popularity and compensation were not the ones you would associate with beauty contests. They were paid to portray a certain type of woman. They were paid to look good, but also I think they had to perform in a way that both male and female moviegoers could relate to.” Fordítás tőlem, B. K.

- 8 „It goes from actresses as well-known as Ava Gardner and Rita Hayworth to obscure, wonderful performances like Jean Gillie in a B-film called *Decoy*, which is so over the top.” Fordítás tőlem, B. K.
- 9 „[The ultimate triumph of the hero against the femme fatale is when] she loses her control, when her lies no longer work.” Fordítás tőlem, B. K.
- 10 „I don't think we have femme fatales in movies today. I think it's one of the things that I think is a big loss. Because a femme fatale is a woman who makes men go bad. And that is very interesting. It always fascinates an audience. It's a unique kind of woman.” Fordítás tőlem, B. K.
- 11 Alain Sylver és Elisabeth Ward hívja fel a figyelmet arra, hogy a femme fatale-okat is szerepeltető újabb neo-noir filmek jó részét nők rendezték: „Nemrég készült neo-noir példa a hagyományosan férfiszerepeket elvállalva előítéletek ellen küzdő nőkre a *Blue Steel*, az *Impulse* és a *Love Crimes*. Nem véletlen, hogy mindhárom filmet nők rendezték, Katherine Bigelow, Sondra Locke és Lizzie Borden. Ugyancsak női rendezők felelősek a *Lady Beware*, a *Stripped to Kill* (1987), a *The Kill Off*, a *Body Chemistry*, a *Rush* (mind 1990-es), a *Past Midnight* és a *Guncrazy* (mindkettő 1992-es) filmekért. Bár meglepheti a sovén gondolkodásúakat, az sem véletlen, hogy ezek a filmek jogi intézményekben dolgozó nőkről szólnak.” („Recent neo-noir examples of women fighting prejudice in assuming traditional male roles are *Blue Steel*, *Impulse*, and *Love Crimes*. Not coincidentally, all three films are directed by women, Katherine Bigelow, Sondra Locke, and Lizzie Borden respectively. Women directors are also responsible for *Lady Beware*, *Stripped to Kill* (1987), *The Kill Off*, *Body Chemistry*, *Rush* (all 1990), *Past Midnight*, and *Guncrazy* (both 1992). Although it might surprise die-hard chauvinists, it is not coincidental either that most of these titles deal with women in law enforcements.” Alain Sylver – Elisabeth Ward (szerk.) 1992. 418. Fordítás tőlem, B. K.)
- 12 „But it's misleading to think that noir has this misogynistic view of women. If you look very closely at these films they're just chock full of upstanding, forthright women who are gonna rescue the poor chump who doesn't know, you know, the hell he's getting into. And I just think that that's as revolutionary a thing for these films as their depiction of the evil woman.” Fordítás tőlem, B. K.
- 13 Ld. erről: <http://www.filmsite.org/filmnoir.html>.
- 14 „– But maybe it'll teach you not to overplay a good hand.
– Now, she doesn't like you. She hates men.
– I hate their women, too. Especially the big-league blondes. Beautiful expensive babes who know what they've got. And inside, blue steel. Cold! Cold like that, only not that clingy.” Fordítás tőlem, B. K.
- 15 A noirbeli családi kapcsolatokról részletesen lásd: <http://www.let.rug.nl/usa/E/noir/noir06.htm>, 2006. 05. 14.
- 16 Részletesen ld. Dyer 1995. 52–72.
- 17 Kertész Mihályra és életművére időszzerű emlékezni: 2008 tavaszán fedezték fel A *tolonc* (1914) című némafilmjének egyetlen fennmaradt kópiáját, amelyet korabeli kritikájában a kolozsvári *Újság* „a legjobb magyar filmként” nevezett meg. Az Amerikában vetített kópia révén Kertész Mihály filmje a második legrégebbi, fennmaradt magyar film az 1912-ben rendezett *Keserű szerelem* után. (Ld. <http://www.filmnett.ro/hir/166>, 2008.03.20.)
- 18 „Az 1925 óta a filmszakmában tevékenykedő Joan Crawford számára a film szenzációs visszatérés. Az excentrikus hollywoodi sztár az 1930-as évektől már csak kisebb szerepekhez jutott. Mildred Pierce-alakításáért most megkapja az Oscar-díjat.” [Markó szerk., 2000. 195.]
- 19 És Kertész egy másik híres mondása: „The next time I want an idiot to do this, I'll do it myself.” A két anekdota forrása: <http://www.imdb.com/name/nm0002031/bio> (2008. 05. 01.).

[A kettős természet]

Gondolatok Werner Herzog *Woyzeck* című filmje alapján

Georg Büchner *Woyzeck* című drámája előfutára a modern drámának, egyrészt mert főszereplője egyike az első antihősöknek, másrészt szerkezete és nyelvezte töredékessége miatt. Jó alapot jelenthet bármely filmes számára, mert a részletekben fennmaradt dráma jelenetei úgy variálhatók, mint egy film jelenetei vágásnál. Szerintem viszont Werner Herzogot a szereplő kettős természete indította meg leginkább, amikor eldöntötte, hogy megfilmesíti Büchner művét.

Több tanulmány és kritika említi, hogy Herzog hősei különleges figurák, akik két világ határán élnek: „Főszereplői, a lázadó álmodozók és eretnekek, fanatikusok és mániákusok mind a független rendező alakmáslatai, aki minden nehézség ellenére megpróbálja valóra váltani elképzeléseit.”¹ Könnyen megeshet, hogy valóban másai a rendezőnek, aki saját bevallása szerint ugyancsak akaratos gyerek volt, és ezeket a hozzá hasonló szereplőket akaratlanul is bevonzza; mintha nem létezne számára más téma, mint ezeknek az egyéneknek a belső élete és a civilizáció normalitása közötti feszültség.²

Magától értetődőnek tartom ilyen körülmények között, hogy a rendező ezt a kontrasztot különböző stilizálási eljárásokkal hangsúlyozza. Ezért nem tudok egyetérteni azokkal a kritikusokkal, akik idegennek és gyengének érzik a filmet, csak azért, mert színházas kompozíciói és színészszerkesztése révén hűvös és távolságtartó. És mivel a filmben erős hangsúlyt kap a természet és a civilizáció ellentéte, ennek tükrében kezdtem a Herzog-féle *Woyzeck*-film megvasat világának a tanulmányozásába, figyelembe véve a film szerkezetét, a drámából képileg is kiemelt, illetve hangsúlyozott részeket, valamint a színészi játékot.

A 19. századi német kisvárosba – és ezáltal a történetbe – való belépés úgy történik, mintha valaki épp egy mesét kezdene mondani:



szép tájkép tárul elénk, kellemes zenélő doboz hangján szólaló zene kíséretében; erre a polgári lakások faláról ismeretes tájon jelenik meg a bevezető szöveg – „Egy kisvárosban egy nagy, csendes tó partján...” (saját fordítás). Annak ellenére, hogy ez az adaptáció maximálisan tartja magát az eredeti szöveghez, a film „előszava” nem szerepel az eredeti szövegben, ahogy a következő jelenetsor sem, ami Woyzecket mutatja drill közben. Ez a következő jelenetsor nagyon agresszívan tör bele abba a nyugodtnak ábrázolt világba, erőteljes, ritmikus zenével (amivel később még találkozunk több kulcsfontosságú jelenetnél) és a kegyetlen témájával. Ez a felütés megelőlegezi a filmben ábrázolt meghasonlottságot. Innen viszont minden a dráma menetét követi, rendezői utasítások szintjén is (a drámába beírt utasításokat olyan apró részletekig betartatja Herzog, hogy amikor a szöveg szerint a főszereplő a kezeit tördeli, a Klaus Kinski által alakított Woyzeck is ezt teszi).

Első, konkrétan a cselekményhez tartozó jelenetben azt látjuk, amint Woyzeck a Kapitányt borotválja engedelmesen, a megaláztatások ellenére rezzenéstelen arccal. Különös, hogy ezt a faarcot tartja meg továbbra is ez az agyongyötört szereplő. Ugyanis hajszoltságán túl alig fejez ki valamit ez az arc. Mindegy, hogy az orvos kísérletezik vele, vagy épp Andresszel vág botot a cserjésben, ugyanúgy tekint a körülötte levőkre. Két kivételt tudok említeni: az egyik, amikor mosolyogva ül családjával a vásárban, és figyeli a mutatványost, aki a majmot katonának állítja be, a másik pedig a – talán egyetlen – őszintén feltörő tettehez kapcsolódik, amikor leszúrja Marie-t, és közben látjuk arcán a kétségbeesést.

De ha belegondolok, igazából alig van szereplő, akinek gesztusai és arca meghaladná egy karakterszereplő mozdulatait. Marie-n és Woyzecken kívül mindenki épp csak teljesíti a szerep által kirótt feladatot. Talán Marie mutatja a legtöbb érzelmet, feltehetőleg azért is, mert nőként és anyaként feladata és lényge az érzelmi reakció. Mivel ő is csak hánykódik a változó körülményeknek és feletteseknek kitéve, igazából nem juthat el arra a szintre, hogy legalább érzelmei révén körvonalazódjék egy szilárd személyiség. Tudatában is van ennek, de semmit sem képes tenni ellene.

A kapitány és az orvos képviselik az üres formákat, az igazi tartalom nélküli civilizációs elemeket. A kapitány folyamatosan az erkölcsről papol, magát dicsőíti, és az időre vonatkozó sekélyes filozofálással tölti napját, felsőbbrendűségét igyekszik éreztetni mindenkivel. Ez utóbbi tulajdonságban az orvos sem marad le, de ő ráadásul még egy önkényes tudomány nevében emberrel való kísérletezésekre is fog, és boldogan fogad minden egészségi romlást, amit Woyzecket a borsó-kúra hatására érinti. Ez a két szereplő Herzog pesszimista társadalomrajzában tipikus karaktere, hasonlóak a Kaspar Hausert mutogató, ugyanakkor tőle tartó emberekhez.³ Ilyen körülmények között nem meglepő, hogy Woyzeckben csak szorongást kelt a rendezett kisváros képe. Erről a polgári-erkölcsi rendezettségéről neki nem a nyugalom és a békeesség jut eszébe, hanem az, hogy kizsákmányolják, kihasználják és folyamatosan megalázzák ennek a rendnek a nevében. Csak ezzel tudom magyarázni, hogy amikor a tó partján botot nyes barátjával, a városka látványa nyugtalanítani kezdi, hangokat hall, és elmondja, hogy egyik víziója szerint ott, a tavon túl egy fehér sávon minden nap elgurul egy

emberi fej. Ennek a szemszögnek a révén a nyugalom képe más tartalmat kap, és a filmben ezentúl akárhányszor találkozunk a polgári rendnek békesnek tűnő ábrázolásával, az egy meghasadt ál-morál viselője marad.

Muhi Klára és Perlaki Tamás szerint „Herzog Woyzeckje örültebb, mint Büchneré. A rendező radikálisan elembertelenítette a katonát. A vele való azonosulást s ezzel a film befogadását is nagymértékben megnehezítve, kiiktatta azokat a szálakat, amelyek együttérzővé tehetnék a nézőt. Woyzecknek alig vannak emberi gesztusai.”⁴ Amint már említettem, valóban visszafogott a színészi játék, de úgy gondolom, hogy a rendező kihasznál más eszközöket annak érdekében, hogy a nézőre hasson (ha az nem is feltétlen képzelet magát a főszereplő helyébe): amikor zenét alkalmaz, azzal erős hangsúlyt kapnak egyes jelenetek, mert a film egészére nem jellemző a kísérőzene használata a vágás és a kihangsúlyozott szövegrészletek pedig kiemelik azt a gondolatot, hogy Woyzeck természetközeli lény, a képek komponálása meg erősen stilizálja.

A hangot említettem elsősorban erős kifejezőeszközként. A film elejéről ismert erőteljes hegedűzene szerkesztési elemmé válik, és plusz tartalmat ad a másik két jelenetnek, ahol alkalmazzák. Ugyanis ugyanerre a zenére táncol Marie és az Ezreddobos, és ugyanezt halljuk, amikor Woyzeck leszúrja Marie-t. A drill, a tánc és a gyilkosság közös eleme az ismétlődés, és mivel a tánctól kezdődően többször is megismétlik a „csak tovább, csak tovább” szöveget, a zene megfeleltethetővé válik ennek a szövegnek. Ezt az értelmet kapja a filmet bevezető, katonai feletteseinek engedelmeskedő Woyzecket ábrázoló képsor is. „Csak tovább, csak tovább” élni valahogy, amennyire a körülmények engedik, táncolni és keresni a kiutat az érzékiségben vagy szürni újból, hogy teljesüljön a belső természet akarata.

Legalábbis Woyzeck szerint a természet hangja parancsolja neki, hogy szúrja le Marie-t, és mire idáig jut a szereplő, a sokszoros csalódás hatására mintha már teljesen letett volna arról, hogy „normálisan” próbáljon élni. A gyilkosság előtt egyedül járható útnak tűnik ennek a természetnek való engedelmeskedés, ha már a ráerőltetett kultúra igazságtalanul bánt el vele, és csak kihasználta. Pedig Woyzeck megpróbál alkalmazkodni, minden sértést szó nélkül nyel le, és ijesztő látomásai vannak a „kettős természetről” (erről beszél az orvos rendelésében egyszer, a veszélyes vörösen izzó napról meg a taplók formáiból kivethető írásról).

Ez a kettős természet benne nyilvánul meg, és delirálásában kivetül. Egyrészt a formáknak és külső szabályoknak, morálnak megfelelni próbáló katona, másrészt viszont nem tudja ösztönös megnyilvánulásait teljesen elfojtani. De már olyan szinten tart az elfojtások folyamatában, hogy ha nem is lenne idegileg legyengülve az egyoldalú étrend miatt (három hónapja csak borsót eszik), előbb-utóbb kirobbanna belőle az immár megerősödött és pusztító természet. Ennek lesz aztán Marie az áldozata. És valóban áldozat, mert ezáltal kiengesztelődik a természet (ami ugyebár Woyzeck belső természete is egyúttal). Gondolom, az sem véletlen, hogy a gyilkosság a természet közelében zajlik, és a gyilkosság tervezésével összefüggő képek is kinti felvételekhez kötődnek (pl. amikor Woyzeck a mákmezőben szalad és hallja a hangokat), ez nyilván erős ellenpont a város zárt tereire.

Am az áldozathozatal után sem lelhet nyugalmat (közvetlenül a gyilkosság után hallatszó fenséges zene is az áldozathozás gondolatát erősíti meg), mert nem tartozik igazából se a természethez, se a társadalomhoz. Különc mindkét környezetben, és amint véres ruhában tér vissza a táncmulatságba, kirekeszti magát a társadalomból. Ami az egyik dimenzióban a megfelelő tett, a város lakosai között közönséges gyilkosság, büntetendő dolog. Kettős életre van kényszerítve, így Woyzecknek nem adatik meg a lehetőség, hogy valaha is megtisztuljon, hogy nyugodt maradjon lelkiismerete, mert egyik irányba se tartozik. Szerintem ezért megy vissza a tóhoz, elrejteni a kést. Nem egyszerűen tetteinek következményeitől fél, hanem megpróbálja lemosni magáról a vért és ezáltal az emberéletért viselendő felelősséget.

Számomra egyértelmű, hogy ő maga sem tudja meghatározni, hova tartozik igazán, ezért próbálja saját magát, személyiségének integritását iratai alapján azonosítani a garniszállón, mielőtt még Marie-ért indulna: „Friedrich Johann Franz Woyzeck, felesküdtött lövész, 2. ezred, 2. zászlóalj, 4. század: született július 20.-án, Gyümölcsoltókor. – Ma tehát harmincéves hét hónapos és tizenkét napos vagyok.”⁵

Meghasonlott személyiség, ahogyan azt az expresszionizmusból ismerjük, de ott erős képi kifejezése is van ennek a kettő hasadt világnak. Herzognak minden filmjében kifejezésre jut ez a jellemző, csak az expresszionistáktól eltérő módon valósítja meg.⁶ Képeire az a jellemző, hogy nem túlburjánzóak, hanem éppen szigorúan megszerkesztettek és statikusak.⁷ Ezzel kifejezésre jut a kultúrában való bezártság, a kényszerek és az idegenség is. Kevés a vágás, a szereplőket gyakran filmezik totálban, mindent állványról filmezték és minél kevesebb nézőpont alkalmazásával. Mintha a néző színházban ülne. (Amúgy a drámának is különös kettőssége, hogy szerkezete filmes, ezért a színházi előadás kicsit a filmes ábrázolásra emlékeztet, itt meg – ugyebár – a film nagyon színházias.) A színházias stilizáció jellemzi a szereplők játékát is, különösen a karikatúrává váló Kapitány, Orvos és Ezredbros esetében.

Érdekes módon a világitás is színházat és festészetet idéz, de mindenképp statikus művészetekhez húz. A fényfoltok úgy vannak elhelyezve, hogy épp kiemelnek részleteket a sötét beltérből és az árnyékokon erősen látszik, hogy a fényforrások a szereplők fölött találhatók. Ez a színpadi világitás erős kontrasztokat hoz létre képen belül, mert 80 százalékban nagyon világos és nagyon sötét részeket látunk egy beltéri kompozícióban. De ez még nem minden, mert az éjszakai kinti felvételt is színházban használatos spot-lámpával világítják meg: amikor Woyzeck visszamegy a tópartra a kést, egy erős reflektor fénypásmája követi őt a sötétben, ahogy a színpadon a szereplőket szokta követni a reflektor fénye.

Az ábrázolásmód sokkal reálisabbnak, sőt olykor naturalistának hat, pedig – ha belegondolunk – érdekes, hogy ahányszor a szobákból kilátunk az utcára, azok üresek. A főbb szereplőkön kívül alig van statisza (kivéve ez alól a vásár és a táncmulatság). Ezen felül túl erősen szerkesztett és precíz a film ahhoz, hogy igazából valós tér lehetne az, amit ábrázol. Ez a kihalt város, ezek a kihalt utcák viszont jól közvetítik az idegenség érzését, azt a

fojtogató légkört, amiben Woyzeck él. Műviségükben és hangulatukban követik az expresszionizmus hagyományát.⁸

Mert a halálnak a szerepe is más itt, mint az expresszionizmusban. Első ránézésre úgy tűnik, hogy eufemizálják a halált azáltal, hogy a gyilkosság ideje alatt, illetve az azt követő képek alatt szép zenét hallunk. A film befejezése pedig, amikor az emberek mennek Marie holttestét bámulni, megadja a zene és a felirat segítségével a keretet, bizonyos távolságtartással szemlélve a lakók szenzációéhségét. Ugyancsak Kovács András Bálintnak az expresszionista film hagyományáról írott tanulmányában olvashatjuk, hogy a romantikus számára még menedék lehet az igaz, szép halál, de az expresszionista számára nem lehet az, mert a világ ellenséges és kiüresedett; erre találunk megoldást az „Új hullám” filmesei, mert náluk már konkrétan „a merev és gátló polgári konvenciók és a felszabadulni akaró individuális érzelmi és érzéki indulatok”⁹ küzdenek egymással.

Itt a küzdelem mindkét fél számára kudarccal zárul, csak az első kategória képviselőiben ez nem tudatosul. Feltehetőleg ezért emelte ki Herzog is a dráma utolsó sorait: „Jó gyilkosság, valódi gyilkosság, szép gyilkosság, olyan szép, amelyet csak kívánhat magának az ember, már rég nem volt dolgunk ilyenekkel.”¹⁰ A mese távlatából ugyanis – ahova visszatérünk – legalább már nem kell elfogadni, hogy az embereknek ennyire „nem normális” lehet a hozzáállása egy gyilkossághoz és a kevéske megmaradt erkölcs bukásához.

Irodalom

- 1989 BALASSA Péter: „Mint egy nyitott borotva” Georg Büchner *Woyzeck* töredékéről és a szegények antropológiájáról. In: uő: *A másik színház*. Szépirodalmi, Bp. 79–122.
- 1986 BÁRON György: *Hollywood és Marienbad*. Gondolat, Budapest, www.sulinet.hu, 2006.01.17
- BÜCHNER Georg: *Woyzeck*. (Thurzó Gábor ford.)
- DÁNIEL Ferenc: *Világégi prófécikák*. Werner Herzog és a misztika. Filmvilág, 1989/4. 34–38.
- 1979 GYULAI Zsuzsa (ford.): „Nem művész, mestereMBER vagyok” – A *Filmkritika* című folyóirat 1978. szeptemberi számában megjelent interjú részletei, *Filmvilág*, 2.
- 1981 HEGEDŰS Zoltán: *A téboly kódrendszere – Woyzeck*. Filmvilág, 2.
- é. n. HERZOG Werner: *Woyzeck*. (minden kapcsolódó anyag), www.sulinet.hu, 2006.01.17.
- 2004 KAES, Anton: Werner Herzog. *Oxford Filmenciklopédia*. Gloria Kiadó, Budapest, 648–649.
- 1986 KOVÁCS András Bálint: *A szorongás képei. Az expresszionizmus és a film*. Filmvilág, 5. 26–31.
- 1986 MUHI Klára – PERLAKI Tamás: *Büchner filmvásznon*. In: Muhi Klára és Perlaki Tamás: *Werner Herzog*. Múzsák Közművelődési Kiadó, Bp.

Jegyzetek

- 1 Anton Kaes: *Werner Herzog. Oxford Filmenciklopédia*, Gloria Kiadó, Budapest, 2004: 648-649.
- 2 „Nincsenek filmjeimben deformált emberek [...] Ami deformált, azok a túl normális, mindennapi dolgok: a fogyasztási cikkek, a folyóiratok, egy szék, egy kilincs – és a vallásos magatartás, az étkezési etikett, az oktatási rendszer... ezek a torz jelenségek, nem a törpék.” „Nem művész, mesterember vagyok” – A *Filmkritika* című folyóirat 1978. szeptemberi számában megjelent interjú részletei (fordította: Gyulai Zsuzsa). *Filmvilág*, 1979. 2.
- 3 „Herzog pesszimista civilizációs szemlélete és nézetei a zsugorodó társadalomról ismételtelen megjelennek narratív filmjeiben. A *Kaspar Hauser* (1974) főszerepében egy amatőr színész, Bruno S., egy analfabéta és meglehetősen zilált küllemű berlini csavargó látható, a rendező ezzel is érzékeltetni akarja a vadember Kaspar Hauser fájdalmas és sikertelen beilleszkedési kísérletét a XIX. század eleji német társadalomba. A film egy olyan természeti ember szemszögéből kritizálja a kisvárosbeliek behízsgoló fontoskodását és neveléses pedantériáját, akit még nem rongáltak meg a „civilizált” társadalom álságos rítusai.” Anton Kaes: *Werner Herzog. Oxford Filmenciklopédia*, Gloria Kiadó, Budapest, 2004. 648-649.
- 4 Muhi Klára és Perlaki Tamás: *Büchner filmvásznon*. In: Muhi Klára és Perlaki Tamás: *Werner Herzog. Műzsák Közművelődési*, Bp. 1986. 114.
- 5 Georg Büchner: *Woyzeck*. 3.17. (Thurzó Gábor fordítása)
- 6 „Herzog mindegyik filmjére jellemző az erős feszültség kép és történet között: a gazdag képiség és az operaszerű színpadiasság általában meghaladja a szigorú elbeszélés ökonómiáját.” Anton Kaes: *Werner Herzog. Oxford Filmenciklopédia*, Gloria Kiadó, Budapest, 2004: 648-649.
- 7 „A színpadias előadásmód egyfajta, filmvásznon újszerű, szűkszavú, puritán elbeszélői stílus eredményez. A film hangulata fojtott és fenyegető, a történet monoton, ismétlődő; vissza-visszatér ugyanazokhoz a helyszínekhez. A képi világ zárt és sokkolóan egyhangú.” Báron György: *Hollywood és Marienbad*. Gondolat, Budapest, 1986. (www.sulinet.hu)
- 8 „Ha megpróbálnánk meghatározni az expresszionista filmen keresztül az egész ábrázolásmód lényegét, azt mondhatnánk, hogy benne a lelki indulatok szinte korlátlanul uralják a világábrázolást.” Kovács András Bálint: *A szorongás képei. Az expresszionizmus és a film*. *Filmvilág*, 1986. 5. 26-31.
- 9 Kovács András Bálint, uo.
- 10 Georg Büchner: *Woyzeck*. 1, 21. (Thurzó Gábor fordítása)

[Tánc az esőben]

A leépülés rituáléi Tarr Béla *Kárhozat* című filmjében

A *Kárhozat*¹ néhány hosszú beállítását elsötétülő képernyő választja el egymástól. A kamera behúzódik egy fal, oszlop vagy szekrény mögé, és a kép másodpercekig sötét marad, majd a következő beállítás helyszínén találjuk magunkat. A *Sátántangó*² egy végső és teljes elsötétüléssel zárul: a Doktor végleg elküldi a szomszédot, aki néha fött ételt visz neki, és bedeszazza házának minden nyílását. A film narrátora, aki környezetének végtelenségig ismétlődő számbavételét írja, végtelen sötétségbe burkolózik.

Gelencsér Gábor szerint Tarr Béla „fekete szériába” tartozó filmjeiben a dokumentarizmus éppúgy kulcsszerepet játszik, mint pályakezdő dokumentarista játékfilmjeiben (*Családi tűzfészek*, *Panelkapcsolat*). A *Sátántangó*ban a fikció és a dokumentarizmus aránya éppen ellentétes azzal, amit a médiában megszoktunk. A valóságos cselekvések, amelyeket hírblokkokba sűrítve látunk, itt valós időben játszódnak, a fikció világa pedig, amivel a tévézőző a sorozatok, játékfilmek által folyamatosan találkozunk, a Doktor feljegyzéseiben, a narrátor hangjában jelenik meg. Amikor a Doktor az utolsó eszközt is felszegezi az ablakra, a kamerával együtt a fikció is sötétbe burkolózik (Gelencsér 2005. 206.). „Gyűlölöm a történeteket, a történetek ugyanis elhitetik az emberekkel, hogy történt valami. Pedig nem történik semmi, az egyik állapot elől menekülünk a másikba” – mondja Tarr Béla (Kovács 1988. 19.). A *Kárhozat*ban elsötétülő vászon még csak a stílus, a kameramozgás része: akkor történik, amikor a kamerának van mi mögé elbújnia, egyébként a beállításokat éles vágás választja el egymástól. A sötét képfelületek, amelyek alatt továbbra is halljuk az atmoszférázajokat, beszédfoszlányokat, hozzájárulnak az idő kitágulásához, a film idejének a cselekmény idejéhez való közelítéséhez.

Vincze Teréz a *Sátántangó* kapcsán mitikus időről és térről beszél. „Az időnek ez a lassú, töretlen előrehaladása a műben az empiria és a fantasztikum alapjául



is szolgál. Hatékonyan használja ki a film azon tulajdonságát, hogy nyelvezete elemi szinten a realitás logikáján alapul, ugyanakkor meghatározott ritmusnak alávetett, amelyből új jelentés származik. Így a film lineáris történeiben előrehaladva egy igazí megtörténés szinte tapintható érzetét kelti, a nagyobb szerkezet szempontjából pedig (a történés szeleteinek többszöri megismétlése különböző nézőpontokból, a körkörös dramaturgia) a mű mitikus struktúráját, az idő linearitás nélküli kitágíthatóságának lehetőségét sugallja." (Vincze 1997.) A linearitás nélküli, időtlen idő a mítoszok és így a pokol ideje is. Hirsch Tibor szerint a *Sátántangó* a kárhozott lelkek tánca a Sátánnal, játék a reménnyel. A táncpartnerek hol messzebb, hol közelebb kerülnek egymáshoz, örök körforgásban, a pokolban, Irimias-képében ott kecskgett a remény, hogy aztán megint szertefoszoljon. (Hirsch 1998.)

A *Kárhozot* a pokol előtti állapotot mutatja, az idő, ha lassan is, de előre halad. A mitikus tér-idő elemek azonban már itt is megjelennek. A kamera, még ha itt tudatosan feltűnőbb mozgásokat végez is, mint a *Sátántangó*ban, ugyanúgy „ráhagyásokkal” működik. A történés idejére hagyatkozik, annak ritmusát követi, és ugyanígy térben is, tárgytól tárgyig mozog, hagyja magát irányítani. (Vincze 1997) Ennek eredménye a hosszú beállítások sorozata, a lassú kameramozgások, amelyekre a filmben minden más mozgás és cselekvés rímel. Az embereket érzelmeik és cselekvéseik szempontjából egyaránt tehetetlenség jellemzi. Felhúzó játékként működnek: nem képesek eltérni a megszokottól, kilépni az értelmetlen cselekvések köréből. A bányászbal után marad tócsák és szemét között egy fiatalember tovább táncol, nem bírja abbahagyni a szánalmas, monoton mozgást, egyhelyben szalad. Ez a mozgás nem vezet sehová, így az idő ördögi körköröségére és az időből való kilábalhatatlanságra utal, ugyanakkor pedig taposó mozdulat is: a fiatalember lábbal tiporja az egész itteni életet, a mocskos vízárdatot, sarat, szemetet. Karrer ehhez hasonlóan nem bír lemondani az énekesnő megszerzéséről, pedig tisztában van ennek értelmetlenségével, lehetetlenségével. Mindent – aljas dolgokat is – megtesz annak érdekében, hogy megszerezze, pedig tudja, hogy az sem változtatna semmit. „Mert ez így egy szép családi történet. Csak hát úgy végződik, mint minden más történet. S minden történet rosszul végződik. Mert a történetek mindig a leépülés történetei. Mert a történetek hősei mindig leépülnek és hajszálpontosan ilyen módon épülnek le. Mert ha nem így épülne le, akkor nem leépülés lenne, hanem feltámadás. Márpedig nem feltámadásról, hanem leépülésről van szó” – mondja Karrer az énekesnőnek és férjének. Az énekesnő képtelen elhagyni a férjét, de ugyanúgy képtelen hű maradni hozzá. A zenészek vég nélkül játszanak, a bányászok vég nélkül ringatják magukat a tangó vég nélküli ritmusára.

Van néhány beállítás a filmben, amely nem tartozik szorosan a narratívához (valamilyen narratíva mégiscsak létezik, bármennyire viszolygott Tarr a történetektől), rést üt a diegézisen. Ilyen vendéglő vagy vidéki kultúrház ajtajában álló bányászok pásztázása balról jobbra mozgó kamerával. Ebben a jelenetben az emberi arcok a falfelülettel és a rajta szétáramló vízzel válnak egyenrangú főszereplővé. Ez a beállítás a dramaturgiai tér-időből való kiszakadással, időtlenségével a film egyik legjobb jelenete. Stéphane Bouquet bibliai párhuzamot von: Isten elhagyta a világot, Noé nem

jött, az emberek tehetetlenül, szoborrá merevedve várják, hogy előntse őket az özönvíz. (Bouquet 1997) Ha a *Sátántangó* ideje a pokol ideje, akkor ez a jelenet a kárhozat előtti pillanat, az embereket megcsapta a pokol időtlenségének a szele. A mitikus időhöz tartozik a már említett helyben futó fiatalember, a másik ehhez hasonló pedig a bányászballt megelőző jelenet: egy másik fiatalember egy buszmegálló-szerű helyen a zuhogó esőben táncol. Furcsa, rángatózó tánca van, néha a lábával apróz, csárdásra emlékeztető mozdulatokat tesz. A rituálé-szerű eső-tánc itt nem a megtermékenyüléssel, megtisztulással kapcsolódik össze. Mintha ez az ember már elkárhozott volna, és a Sátánnal táncolna.

Erre következik a bányászok tangójának sokat emlegetett jelenete. Az emberek egy hatalmas csarnokban mulatnak, a saktábla-mintájú kövezeten lépkednek körbe-körbe, egymásba kapaszkodva. A cipőjükről leolvadó sár egy idő után koszos vízrétegben gyűl össze a kövezeten, ebben tocsognak tovább. Ez a jelenet közelíti meg leginkább a *Sátántangó* időkezelését. A kamera sokáig egyetlen pozícióban áll, ellentétben a filmek egyébként jellemző hangszíves kameramozgással. „Itt [a *Sátántangó*ban] arra próbáltunk nagyon vigyázni, hogy ne legyen benne olyan kameramozgás, amilyen nagyon előtérbe tolja magát, amely arról szólna, hogy a rendező most mozgatja a kamerát.[...] a *Kárhozat*nál ezt tudatosan vállaltuk, ott a stílus része volt ez az elidegenítő hatás” – mondja Hranitzky Ágnes, a film vágója és társrendezője. (Kovács 1988) A kamera nem csak az idő és a tér megszemélyesítőjévé, hanem önálló szereplővé válik, döntéseket hoz: utaltunk már a szereplők háta mögé, falak mögé behúzódo kamerára. A táncjelenetben az emberek az elkárhozás végső állapotában vannak.

Úgy tűnik, egyedül Karrer van tisztában a kárhozat lassú, de biztos folyamatával. A többieknek terveik vannak, bár ezek érdekében nem tesznek, nem is tehetnek semmit. A felismerése, tudatossága és tehetetlensége közötti feszültség Karrert arra készíti, hogy a film végén négykézlábra ereszkedjen, és megugasson egy kutyát. „Karrer rászorultsága nem metafizikus vágyakozás, hanem a legvégső emberi szükséglet, aminek van ugyanakkor valamilyen metafizikus színezete” – mondja Krasznahorkai. (Kovács 1988. 16.) Mivel legalapvetőbb emberi szükségletét nem sikerült kielégítenie, visszalép egy evolúciós szinttel. Tudja, hogy a változás akkor sem fog beállni, ha feljelentése miatt az énekesnő férjét eltávolítják a színről. A kutyajelenet egyrészt még groteszkebbé és szánalmasabbá teszi a főhóst, másrészt van benne valami mitologikus, az őstündökre és a tudaton túli sorsszerűségekre utal.

Bikácsy Gergely azt nehezményezi leginkább a *Kárhozattal* kapcsolatban, hogy a rendező a sárban tapicskoló szereplők szájába fennkölt, sőt filozófiai mondatokat ad, és ezek mesterkéltnek hatnak. (Bikácsy 2004, 7–8.) A mondatok, bár idegenek a környezetétől (ez valószínűleg tudatos cél volt), szervesen beépülnek a *Kárhozat* mitikus rétegébe. A ruhatárosnő többször felbukkan a film során, csupán azért, hogy hosszú mondatokat szavaljon Karrernek. Második „jelenésekor” Karrer az énekesnő távozó férjét lesi a sarok mögül. A ruhatárosnő apokaliptikus víziót tár Karrer szemé elé: „Nem fog senki harcba menni, mert izzó haragom elér minden gazdagságot. [...] Mindnyájan nyögnék bűneik miatt. Minden kéz elerőtlenedik, minden térd

vizes lesz. Rettegés lepi meg őket. Ezüstjüket az utcára dobják és aranyuk szemébe kerül stb.” Ez a mondat egyrészt megegyezik az Isten által elhagyott, Noéra hiába váró emberek képi metaforájával, másrészt előrevetíti a *Sátántangó* történetét, amelyben Irimiás arra veszi rá a telepieket, hogy kis vagyonukat hagyják hátra, dobják az utcára, pénzüket adják neki, és kövessék őt a bizonytalan, mint később kiderül, még rosszabb jövőbe.

A dialógusok kinyilatkoztatásszerűek, növelik a közelgő vég keltette feszültséget. Az antik kar szerepének groteszk változatát Karrer és a ruhatárosnő töltik be. Az 6 hosszú monológjaikon kívül még van egy, a film többi részétől elütő jelenet: a bányászball közepén a kamera megáll egy férfi előtt, aki épp szerelmet vall egy nőnek, versben. Ez ugyanaz a Férfi, aki később monoton táncát járja az elhagyott teremben.

A *Kárhozatban*, ahogy a *Sátántangóban* is, fontos szerepet játszik a hang-sáv. A zajok, zörejek, zene, illetve a bonyolult körmondatokból álló monológok is az idő körköröségét, monotonitását sugallják. Amikor a kamera elhagy egy helyszínt a fal mögé húzódva, akkor a zörejeket, beszédfoszlányokat tovább halljuk a kép elsötétülése után is. Minden beállítást kísér valamilyen monoton zaj: a kocsmában tangóharmonika szól, Karrer lakásán a körbeforgó csillék zúgása hallatszik, abban a jelenetben pedig, amikor Karrer az énekesnőt próbálja erőszakkal jobb belátásra bírni, gyermeksírást hallunk.

Tarr Béla filmjeiben a gyermekeknek semmi közük sincs a jövőhöz, a reményhez, éppen ellenkezőleg: a mitikus körköröség, a szenvedés végtelen ismétlődésének jelképei. A *Kárhozatban* az énekesnő valamilyen távoli jövőről beszél, amelyben neki tömegek fognak tapsolni és amelyben lányának jobb élete lesz, mint neki volt, ábrándozásai persze éppolyan képtelennek hatnak, mint az emelkedett dialógusok. A gyermekek szintén elkárhozhatnak, bennük is ott van már mindaz a rossz, az önzés, ami a felnőtteket egymás ellen uszítja. Ha másért nem, akkor azért önzőek, mert szeretetért ordítanak. Karrer kifejti a kocsmárosnak, hogy fél a gyerekektől, mert ártatlan külsejük alatt gonosz erő rejtőzik: „elemi erejű folytonossággal” hirdetik a feltámadást, az élet folytatásának lehetőségét, ezzel lehetetlenné téve minden ellenállást, minden tiltakozást az élet értelmetlensége ellen. A *Sátántangóban* ez a gyermeki gonoszság Estike tettében nyilvánul meg: prostituált anyja kiküldi a házból, amikor vendége érkezik, és egyedül érezze magát, Estike vég nélkül kínozza egy macskát, aztán megmérgezi. Amikor ráébred, hogy a macska már nem él, ő is meg akar halni. Hosszan szalad az erdőben, karjában szeretete egyetlen tárgyával, a döglött macskával, aztán megmérgezi magát. A gyermekek szeretet és törődés-igényükkel a pszeudo-világ legnagyobb csalói, hiszen meggyőzik az embereket arról, hogy van értelme élni. Pedig „a szenvedés valóságos, de a világ álca; és nincs mögötte másik világ.” (Kovács 2001)

A világ reménytelenül álságos mivolta az, ami Tarr Béla filmjeit megkülönbözteti Tarkovszkij világlátásától. Tarrnál nem létezik pozitív elem, a remény csak azért van, hogy szertefoszolhasson. Tarkovszkij filmjeiben viszont mindig megjelenik a csoda: a megtisztító eső vagy éppen a gyermekek formájában. A *Sztalker*³ végén a nyomorék lány természetfeletti erőt lát szikla birtokolni, az *Áldozathozatalban*⁴ a „kis ember” öntözi a kiszáradt fát, ő az, aki potenciálisan megteheti azt a rituális cselekedetet, ami a világ

megváltozásához vezethet. Tarkovszkij vízszintesen mozgó kamerája, amit az ajtóban álló bányászok pásztázása idéz a *Kárhozatban*, csodát követ nyomom a *Nosztalgijában*⁵; Gorcsakovnak sikerül átvenni az égő gyertyát a túlsó partra, sikerül valami jót cselekednie.

Krasznahorkai László Estikét az „emberi kiszolgáltatottság szentjének” nevezi. Kiszolgáltatottsága fokozhatatlan, a macska megmérgezése tulajdonképpen megrendítő tett, kapaszkodás. A macskának és Estikének is azért kell meghalnia, mert különálló létük van, amely iránt a környezet és a természet teljes közönnnyel viszonyul. (Vágvölgyi 1994) A regényben és a filmben is Estike „megdicsőül” halála után, a telepí lakók azonban ezt is teljes közönnnyel fogadják.

Tarr filmjeiben nincs helye a szakrálisnak. A rituális cselekvések, például a tánc, itt nem a hétköznapi időfolyamának ismétlődő megszakításai, a regenerációhoz szükséges pozitív ciklikusság eszközei. Az ismétlődő mozdulatok annak jelei, hogy az ember megakadt a mitikus térben és időtlen-ségben, ahol már nem létezik evilág és túlvilág, csak a szenvedés van. „Épp ellenkezőleg, mint Tarkovszkij, akinél a lassúság a transzcendens élmény felépítésére szolgál, Tarrnál a transzcendens élmény illúziójától való megfosztás a cél.” (Kovács, 2001)

Ahogy szakrális és profán határa elmosódik, úgy olvad egybe a külső és belső idő is. A *Kárhozat* tulajdonképpen egy szerelmi háromszög története. A filmidő másik nagy kísérletezője, Alain Resnais, a *Tavalý Marienbadban*⁶ című filmjében ugyancsak szerelmi háromszöget használt alapanyagként. Ebben a filmben is fontos szerepe van a barokkos körmondatoknak, amelyek a kastély díszítéseire rímelnek, a monoton ismétlődésnek, a tájnak, viszont itt az auditív és vizuális elemek nem csak ismétlődnek, hanem a végtelenségig variálódnak is, ezáltal jelenítik meg a tudatfolyamot, a belső időt. Tarrnál fontos a táj valóságos jellege, a történések valóságos, külső ideje, viszont az eső a bensőben is esik, „szakadatlanul mossa a májat, az epét, a gyomrot, a lépet”. Ha Resnais filmjei szubjektívek, akkor Tarr filmjei objektívek: a néző tekintete nem irányított, nem zavarják meg vágások. Csak egyetlen nézőpont van, ami többnyire totálban látja az eseményeket, és olyan hosszú ideig mutatja azokat, hogy a nézőnek van ideje minden apró részletet, falrepedést megvizsgálni, teljesebb képet kap a látottakról.

Ahogy Resnais-nél sem, Tarr filmjeiben sem a belső, sem a külső terek, sem a falak, sem a természet nem nyújtanak megnyugvást. A mitikus tér nem az újjászületés, hanem a leépülés helyszíne. Karrer elmesél egy történetet az énekesnőnek egy előző szeretőjéről, akinek naiv ragaszkodása és kapaszkodása rendkívül idegesítette, ezért megpróbálta elszakítani magától. A nő tehetetlenségében nem bír elszakadni Karrertől, végül bezárkózott a fürdőszobába és öngyilkos lett. Ez a történet egy lakásban, zárt térben játszódik, talán a rendező korábbi filmjeire utal (*Családi tűzfészek*, *Panelkapcsolat*)⁷. Kapcsolatba hozható Reiner Werner Fassbinder filmjeivel is, amelyek legtöbbször nyomasztó belső terekben játszódnak, ahol a szereplők egymást marcangolják, lelki terror alatt tartják. A szerepek szempontjából Tarr és Fassbinder filmjeiben a kiszolgáltatottság, függőség állapotának ábrázolása a közös vonás. Fassbinder *Martha*⁸ című filmjében a szadista férj féltő szere-

tetében odáig megy, hogy feleségét szobafogságra ítéli. A sors természetesen a férj kezére játszik: Martha autóbalesetet szenved, ami végképp képtelenné teszi arra, hogy kimozduljon a lakásból. A *Veronika Voss vágyakozásában*⁹ a függőséget közvetlenül a morfium, közvetetten pedig a szeretet és a siker hiánya okozza. Tarr Béla minden szereplője az eső, az alkohol és a többi ember kiszolgáltatottja, mindenki igyekszik átverni a másikat.

Tarr Béla életművét úgy jellemezhetnénk, mint haladást a pokol körkörös, vagy inkább koncentrikus körökből álló ideje felé. Első filmjei a földi pokolról szólnak, az emberek együttélésének lehetetlenségéről. A *Kárhozat* a leépülés folyamatának filmje, amelyben még van linearitás, de bizonyos végzetlenségig ismétlődő cselekvések a mitikus időtlenségre utalnak. A *Sátántangó*ban pedig megérkezünk a pokol idejébe. Itt már valóban nem történik semmi, az emberek egyik állapotból, egyik „bugyorból” a másikba menekülnek.

(A szerző újságíró, filmkritikus.)

Irodalom

- BIKÁCSY Gergely: *A reménytelenség vigasza*. In: Zalán Vince (szerk.): *Magyar filmrendezőportrék*. Osiris, Bp., 2004. 5–32.
- BOUQUET Stéphane: *Tarr Béla tündöklő útja*. Metropolis, 1997. 2. <http://emc.elte.hu/~metropolis/9702/BOU.html>
- GELENCSÉR Gábor: *Danse macabre. Forma és formátum Tarr Béla filmjeiben*. In: *Más világok. Filmelmzések*. Palatinus, Budapest, 2005. 199–208.
- HIRSCH Tibor: *Sátántangó és multimédia. A szegények pokla*. Filmvilág, 1998. 6. <http://www.c3.hu/scripta/filmvilag/9806/hirsch.htm>
- KOVÁCS András Bálint: *Monológok a Kárhozatról*. Filmvilág, 1988. 2. 16–19.
- KOVÁCS András Bálint: *A falfelület is történet. Beszélgetés Tarr Bélával és Hranitzky Ágnessel*. Filmvilág, 1994. 6. 10–13.
- Tarr szerint a világ. A Zóna belülről – 1–2. rész. Filmvilág, 2001. 11–12. http://filmvilag.hu/xista_frame.php?cikk_id=3495
- VÁGVÖLGYI B. András: *Tangó pusztulásra* – Interjú Krasznahorkai Lászlóval és Tarr Bélával. Magyar Narancs, 1994. február 10., <http://www.sulinet.hu/tart/fncikk/Kdd/0/13961/tarr3.htm>
- VINCZE Teréz: *„Csak nézni, hogy telik a kurva élet” avagy profán mitológia*. Metropolis, 1997. 2. <http://emc.elte.hu/~metropolis/9702/BOU.html>

Jegyzetek

- 1 *Kárhozat*, 1988, r.: Tarr Béla
- 2 *Sátántangó*, 1994, r.: Tarr Béla
- 3 *Stalker*, 1979, r.: Andrej Tarkovszkij
- 4 *Offret*, 1986, r.: Andrej Tarkovszkij
- 5 *Nostalghia*, 1983, r.: Andrej Tarkovszkij
- 6 *L'année dernière à Marienbad*, 1961, r.: Alain Resnais
- 7 *Családi tűzfészek*, 1979, r.: Tarr Béla; *Panelkapcsolat*, 1982, r.: Tarr Béla
- 8 *Martha*, 1974, r.: Reiner Werner Fassbinder
- 9 *Die Sehnsucht der Veronika Voss*, 1982, r.: Reiner Werner Fassbinder

[Médiában Stokes nyomán.] Kultúra- és médiaelemzés

A mai médiával való foglalkozás egyszerre hálás és háládatlan feladat. Hálás azért, mert a médiaszociológia, a tömegpszichológia, a személyiséglélektan és egyéb segéd-médiatudományok hozzájárulásával a „szoros értelemben vett”, de tulajdonképpen ilyenként nem definiálható médiatudomány „komoly” művelői jelentős jövedelemhez juthatnak (gondjunk itt reklámkampányok, termékelhelyezési stratégiák, választási kampányok vagy akár ideológiai színezetű, manipulatív célú tevékenységek kiötlőire és művelőire), ugyanakkor hálátlan, mert a hihetetlenül összetett, és az áttekinthetetlen szociális viszonyokba ágyazott médiaesemények hatásának előre való kiszámítása csak közelítő értékekben lehetséges, és mint ilyen, magában hordozza a tévedés (anyagi vonzatú tevékenység esetén akár a bukás...) lehetőségét is.

Súlyos elméleti és gyakorlati tévedések elkerülése, megelőzése lehetetlen, ám ennek valószínűsége csökkenthető, ha olyan kutató, tevékenykedő foglalkozik a médiával, aki a kultúrába ágyazott médiát releváns és kevésbé releváns, de *figyelemreméltó* aspektusaiban ismeri.

A már közhelyességig agyonmondott „globalizáció” azt eredményezte, hogy minden az *olyan* felé tendál, minden modellszerű akar lenni (még akkor is, ha a modellek csupán elméleti konstrukciók), de ugyanakkor azzal konfrontálódik, hogy nem *tud* olyan lenni. A médiajelenségek megnyilvánulásaiiban meglévő, apró, az empiria vagy a nagyoló, túláltalánosító elmélet számára észrevehetetlen különbségek azt eredményezik, hogy azonos kategóriákba kerülhet egy-egy, *tulajdonképpen* divergens médiajelenség, ugyanakkor egymástól távoli „niche”-be sorolják be a rokon, analóg médiatípusú kultúra-megnyilvánulásokat.

Ilyen és ehhez hasonló hibák kiküszöbölése lehetetlen, egyetlen jelenség sem kaphat a diskurzustól olyan ismertetőt, amely kimeríti őt, hanem be kell érnie olyannal, amely *merít* belőle vagy *fedi* őt. Ahhoz, hogy ezek a merítések megfedések ha nem is azonosak, de legalább



hasonlóak legyenek a vizsgált médiajelenséggel, olyan szakemberek kell végezzék, akik széles körű elméleti felkészültséggel rendelkeznek, de az elmélet mellett képesek *gyakorolni* a médiának ezt a diskurzus által lefedhetetlen komplexitását is. Szükségesek olyan áttekintő *vázlatok*, amelyeket az emberi agy képes befogadni és *kezeleni*, szükségesek olyan áttekintések, amelyek *elolvashatók*. A lexikonok olvashatatlanok, azokat nem lehet a „globalizált glóbusz” gyorsan változó mediavilágában hatékony eszközként használni. A *ma* értelmezésében a mázsás könyvek nem használhatóak operatíván, hiszen (egyelőre) mindenüvé nem tudom magammal vinni az internetet sem. A mai médiajelenségek kezelésére inkább a „svájcbicska-szerű”, azonnal előkapható, rugalmasan és sokoldalúan használható eszközök szükségeltetnek. Ilyen eszközök pl. az okosan megírt, általános, ugyanakkor sűrítő de apró részletek kezelésére felkészítő módszertani szakkönyvek, amelyek elméletei annyira tágak, hogy át tudják fogni a kortárs médiajelenségeket, de nem annyira „gyengék”, hogy szétszakadjanak annak folyamatosan megújuló feszítőerejétől. Az ilyen munkák azonban legtöbbször nem másak, mint „butított” lexikonok, amelyek nem ábécésorrendben vagy időrendben, hanem tematikailag csoportosítják az általuk tárgyalt tudományterületet. Sajnos azonban a korlátolt terjedelmük miatt általában nem alkalmasak „svájci bicskának”, hanem csak amolyan bolhapiaci „kínai-svájci” bicskaként képesek funkcionálni, vagyis nem tartalmaznak annyi utalást meg értelmezést, amennyi szükséges lenne a folyton mutációkat szenvedő médiajelenségek értelmezésére.

Jane Stokes *A média- és kultúrakutatás gyakorlata* című könyve nem „profik”, hanem amatőrök számára íródott, ám mind tematikája, mind pedig *módszerei* vannak annyira jók, hogy velük felfegyverkezve probléma nélkül belevághatunk szinte akármilyen médiajelenség tanulmányozásába.

A könyvnek óriási előnye az, hogy nem *pénzszerezési* szempontokat tart szem előtt, nem „hogyan kopasszunk meg másokat”-típusú szaktanácsadás, nem is azt próbálja elmagyarázni, hogy miképpen lehet eladni mindenféle hulladékot drágán a pénzzel bíró intézeteknek és egyéneknek, és nem olyasmi ócska szaktanácsadás, amely azt próbálja elmagyarázni, hogyan kell miniszoknyában tartsa a lábait a Shell éves sajtótájékoztatóján résztvevő „riporternő”. Nem arról beszél, hogy milyen kérdésekkel szoríthatjuk sarokba a Sony vezérigazgatóját, amikor éppen a leépítésekről számol be egyes adásban, és nem azt magyarázza, hogy miért nem tudósított a Romanovok kivégzéséről a korabeli média.

Stokes könyve nem ideológiailag elkötelezett mű – ezt érthetjük úgy is, hogy a profitorientáltság ideológiájának sem alárendelt. Természetesen van olyan fejezet is, amely a médiának a „megélhetést biztosító” funkcióját tárgyalja (*A médiaintézmények és a kultúripar kutatása*), de ugyanakkor nagy hangsúlyt fektet a tradicionális esztétikai, narratológiai, szemiotikai stb. kutatásokra is.

A szerző abból indul ki, hogy a médiatudománnyal ismerkedő fiataloknak (ugyanis elsősorban nekik íródott ez a mű) sok akadállyal kell szembeesülniük akkor, amikor mindennapi létezésük egyik legjelentősebb, lehangsúlyosabban manifesztálódó közegét, a médiát kell elemezniük.

Könyvének elején arra figyelmezteti a médiatudományi tanulmányokat folytató hallgatókat (ugyanis ennek a dolgozatnak tankönyv-funkciója is van), hogy nem szabad mitizálni a médiát, nem szabad kizárólagosan szórakoztatónak, kizárólagosan informálónak, kizárólagosan manipulativnak stb. tartani, hanem minden egyes média-manifesztum mögött meg kell látni azt a narratív mozzanatot, azt a *történet-jelleget*, amelynek elemzésére már Hérodotosz is dolgozott ki *hatékony* módszereket. Megközelítése ebben a vonatkozásban hasonlít Régis Debray munkásságára, aki szintén a lehető legtágabb, kulturális-szociális-történeti-antropológiai keretet vette figyelembe médiatudományi búvárkodásaikor.

Stokes validnak ismeri el a közel kétezer ötszáz éves diskurzus-analizáló módszereket, és a néhány évtizedes múltra visszatekintő médiainpakt-analizáló eljárásokat. Ezzel a kerettágítással helyet és legitimitást biztosít pl. az esztétikai természetű megközelítéseknek is (pl. a filmek esetében), és nem csak a szociológiai jellegű metodikát ismeri el mint érvényes média-analízist.

A negyedik és az ötödik fejezet (*A médiaintézmények és a kultúripar kutatása, A közönségek tanulmányozásának módszerei*) érthető, táblázatokkal nem agyonterhelt, ugyanakkor mégis funkcionális szövegekben tájékoztat arról, hogy a szociológia statisztikája, illetve valószínűség-számításai miképpen nyerhetnek teret egy médiával foglalkozó szakdolgozatban.

Umberto Eco legendás kiskönyve, amely *A rózsza neve* mellett talán a diákok által legforgatottabb munka, a *Hogyan írjunk szakdolgozatot?* mellé kellene kerüljön ez a kötet is, és ott kellene legyen minden médiaszakos hallgató könyvespolcán (ha nem is a szép sötétvörös borítójú eredetiben, akkor legalább a manapság oly divatos „spirálkötésben”, fénymásolva). Figyelembe véve a 2008-ban végzett újságíró- és kommunikáció szakos diákok szakdolgozatai közötti hatalmas különbségeket, mindenképpen ajánlatos ennek a módszertani útmutatónak a bibliográfiákba való beiktatása. Főleg azért, mert a hivatalból kötelező intermedialitásra alapozó elemzések mellett javasolja az interdiszciplináris analíziseket is, és amellet, hogy főleg *egyének* számára tartalmaz dolgozatszerkesztési útmutatókat, felhívja a figyelmet arra is, hogy nagyobb lélegzetű munkák esetén (pl. a „közönségvizsgálatoknál”) mennyire szükséges és fontos kettő-három, de esetenként több tucat ember összehangolt cselekvése is.

Sajnos nálunk még kevés olyan diák van, aki, ha részt is vehet egy közvélemény-kutatásban, tájékozódhat annak *valódi* céljairól, és birtokába juthat a nem manipulált adathalmaznak.

A releváns közvélemény-kutatás, történjék az a Stokes által javasolt módszerek egyikével, vagy Gábor Kálmán ifjúsági kultúrát (és ezen belül médiahasználati szokásokat) is kutató, szorosabban szociológiai elemzéseivel, csakis *több* ember részvételével történhet, csakis akkor lehet hatékony, ha olyan adatbázist sűrít *egy* ember számára is felfoghatóvá és értelmezhetővé (például a vizualizáció valamelyik módszerével), amely tulajdonképpen több száz, több ezer embert életéből tartalmaz mozzanatokot, és *eredeti*, megélt formájában csak narratívum volt, és ekként értelmeződhetett.

Ahhoz, hogy események szimultán vagy egymásutáni sorában meglássuk a *mediatikus*, és azt kiemelve a tudományos diskurzus tárgyává minősíthessük, az szükséges, hogy lássuk a médiaesemények funkcióját mind az egyén, mind a közösségek életében. Ennek a felmérését pedig nem lehet személyesen elvégezni. Könyvének második részében épp ezért szemlélteti azt, hogy miképpen bánjunk a saját magunk által gyűjtött ismeretanyaggal, illetve miképpen építsük be munkánkba a mások kutakodásának eredményeit. A figyelmeztetések között természetesen szerepel az a közhelyes megjegyzés is, amely szerint nem szabad szolgálai átvenni senki kijelentéseit, hanem érdemes ezeknek az ideológiai háttérét is felkutatni, de felszólítja a média szakos hallgatókat és szakembereket arra, hogy tudatosítsák *saját* ideológiai háttérüket is ahhoz, hogy nem elfogult, nem elkötelezett tudományos munka szülessék.

A kultúra- és médiaismeret mellett tehát az önismeret megszerzésére is sarkallja a fiatal és kevésbé fiatal médiakutatókat ez a kötet, és ezáltal pedagógiai szempontból is megkaphatja az „értékes” és „hatékony” minősítést. Ehhez járul hozzá az is, amit fentebb már írtam, hogy *nem lexikonszerű*, tehát stílusát sem terheli le az ilyen témájú könyvekben oly otthonos felsorolások, számadatok nehezen követhető garmadája, hanem olyan szóképekben és olyan mondatokban szerkesztették, amelyek megkönnyítik a megértést és a memorizálást. A fordító kitűnő magyarosságán valószínű, hogy felől legalább egy médiakutató-generáció, ugyanis ezen a tudományterületen hihetetlen gyorsan történnek paradigmaváltások, és elképzelhető, hogy a következő egyetemi ciklusban már nem ez lesz a referenciamű. Az, hogy szűkebb szakmai közönségnek íródott, mint mondjuk, Eco említett dolgozatírás-könyve, valószínűleg azt eredményezi, hogy nem fut be olyan karriert, mint az olasz szemiotikus munkája, de *mi*, a néhány ezer magyar média szakos hallgató úgy tekintünk rá, hogy *egyelőre* hiánypótló munka. És ez valószínűleg így is marad a következő olyan mértékű média-mutációig, ami az analitikus diskurzus mutációját kell majd eredményezze.

Jane Stokes *A média- és kultúrakutatás gyakorlata*. Gondolat Kiadó, PTE Kommunikáció-és Médiatudományi Tanszék, Budapest–Pécs, 2008 [2003]. Ford. Károlyi Júlia.

(A szerző a BBTE doktorandus hallgatója.)

Az első lapszámban közölt elemzések a meghirdetett cél szerint elsősorban a médiakommunikáció hatásaival foglalkoznak. Ehhez szorosan kapcsolódik a médiafogyasztás vizsgálata, amely a médiához való viszonyulás strukturális tényezőit boncolgatja. Annál is inkább, mivel a folyóirat beköszöntő írása emellett kardszöveg, hogy a kereskedelmi célokkal végzett országos szintű nézettség-vizsgálatok mellett szükség van empirikus jellegű tudományos elemzésekre is ezen a téren.

Delia Balaban tanulmánya a médiaelméletek történetébe nyújt betekintést és vázolja a nyilvánosságról való gondolkodás fejlődésvonalát. Michael Meyen, a müncheni Ludwig Maximilian egyetem tanára a médiafogyasztás kérdésével foglalkozik, és egy Németországban készült kutatás eredményeire támaszkodva mutatja be tipológiai felosztását. Hasonló témáról szól Maria-Cristina Patrichi tanulmánya, amely kvantitatív módszerekkel írja le a romániai újságolvasó jellemvonásait, és arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen típusú egyéni motivációk magyarázzák a leírt viselkedést. Georgia Vătcă a szervezetten belüli kommunikáció kérdéseire tér ki, míg Constantin Trofin a tévés produkciókat létrehozó csapatmunkát mutatja be, és vázolja az egyes szakemberek helyét és szerepét a műsorok létrejöttében.

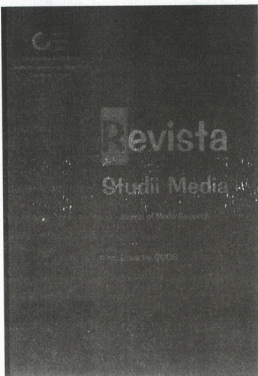
Az általános médiatudományi tájékozottság szükségességén túl a folyóiratban közölt tanulmányok és a hozzájuk kapcsolódó kutatási módszerek nyomon követése azért is fontos lehet a ME.DOK olvasói, szerzői és szerkesztői számára, mivel a Revista de studii media című folyóiratot lapunk román nyelvű társlapjaként köszönhetjük. Érdeklődéssel várjuk a lap második számát, melynek megjelenése ősszel várható.

Revista de studii media /Journal of Media Research/. Nr. 1/martie 2008.

[A médiakutatás újabb kolozsvári műhelye]

Idén tavasszal a kolozsvári BBTE keretén belül kelt életre az egyetem Média Központja, amely a kutatási és képzési tevékenység megszervezését tűzte ki céljául a tanárok és diákok számára. A neves szakemberek részvételével zajló, színvonalas előadások, szemináriumok és workshopok mellett a központ médiatudományi folyóirattal is büszkélkedik. A lap az Újságírás, valamint a Kommunikáció és Közkapcsolatok Tanszék közreműködésével jelent meg a sajtópiacon.

A folyóirat első, tavaszi számában a két tanszék vezetője, Elena Abrudan és Delia Cristina Balaban fogalmazzák meg a szerkesztőség nevében a médiakutatásra vonatkozó elképzeléseket. A beköszöntő cikk a kutatás interdiszciplináris és gyakorlati jellegét hangsúlyozza, amely lehetőséget nyújt a napjaink médiatársadalmában fellelhető folyamatok tudományos igényű megközelítésére. A szerzők szerint a kialakított műhely a médiakommunikációra jellemző fejlődési irányok és a lehetséges minőségi követelmények kutatásának is teret szán. A vázolt megközelítés szükségessége azzal magyarázható, hogy a romániai média rendkívül dinamikus fejlődő területté vált, melynek alakulása sok tekintetben összevethető a nyugati országokban zajló folyamatokkal. Ezért a folyóirat a romániai és külföldi kutatók és szakemberek közös platformjává szeretne válni, amely hozzájárulna a már létező együttműködés elmélyítéséhez, valamint újabb közös kutatási területek feltérképezéséhez. Erre a törekvése utal a folyóirat többnyelvűsége: az induló lapban nem csak román, hanem német és angol nyelvű cikkek is szerepelnek. A tudományos írások mellett nemrég megjelent kötetek recenziói is olvashatók.



[Abstracts – Rezumate]

Andrei Marga: The media society

The author discusses the changes in public communication and the space and time of media society. The time of media society has arrived, which implies at least three things: the autonomy of mass-media until becoming a major influence and concurrent in the markets of global age; the transforming of media networks into power centers to compete with economic, politic and military, ecclesiastical centres; reality's forming by media representation. The author is seeking the answer to what's obstructing media society to become a society of public transparence.

H. Gyula Zsugán-Gedeon: Journalism in the web 2.0 era

Interview with media-blogger Ferenc Pécsi (Pollner)

The Hungarian journalist, content creator and blogger Ferenc Pécsi has worked at *Dotkommentár* and is presently author of the *Médiablog* site. In this interview he talks about the interaction between traditional and online media, about global trends, about persons and applications and their adaptability in Hungary.

Anna Károlyi: Multimedia in education

In the nineties we witnessed the intense process of introductions of computers in schools. There were countless conferences and endless publications which presented the success of these actions. In the meantime there was developed a new methodology, the digital pedagogy, which tries to develop the most efficient methods and contents for computer aided education. The author tries to sketch the ideal forms for applying computers in class.

Tímea Turi: Nulla dies sine post

Pál Bodor meets the blog on the dissection table

"My »faithful« readers would look at the screen in horror if I were to write a »real« blog" – says Diurnus (Pál Bodor) on his weblog. But if it isn't real, what kind of blog does Diurnus, one of the determining figures of contemporary Hungarian journalism write?

Anna Keszeg: Profession: consumer

Consumator prin ocupație

The author of the study presents a relatively new phenomenon: the fashion-blog, analyzing its classification as a journalistic genre and realizing a typology of the phenomenon.

Zsuzsánna Kónya: The effect of online commercials upon students of economy

The author investigated the opinion of students at the Economics Faculty of Babeş-Bolyai University regarding the use of internet and the effect of online commercials. The results were useful for both commercial companies which have the goal to promote their image on the internet as well as for those who are in some way or another present on the web, as it helps them to understand better the behavior of this type of consumers.

Emőke Csoma: Michael Haneke, Robert Bresson and cinematographic minimalism

Minimalism in film, along with its manifestations in other artistic forms (architecture, fine arts, photography, music, literature) is based on using reduced images. The author searches for traces of minimalism in Bresson's and Haneke's cinematographic art, pinpointing the effect Bresson, as a precursor had on the later generations, most notably the Austrian auteur Michael Haneke.

Klára Buzogány: "It doesn't matter what you know, you are part of everything that happens"

Female archetypes in classic film noir

The leading female characters in film noir can be included in two main categories. Determining their types, characterizing the feminine figures and the analysis of the role in the dramaturgy of action can be approached from the point of view of their relation with the male character.

**Boglárka Nagy: Double nature
Thoughts on Herzog's *Woyzeck***

Georg Büchner's *Woyzeck* can be considered as an antecedent of modern theater, firstly because the main character is one of the first anti-heroes and secondly, because of the fragmented nature of the structure and language. The play can be an excellent prima materia for every director, because the only partially available scenes can be varied like the scenes of a movie during editing. In the author's opinion, the double nature of the main character was the main reason for Herzog to transpose Büchner's play on screen.

Andrei Marga: Societatea mediatică

Autorul – rectorul Universității „Babeş-Bolyai” – dezbate în lucrarea sa modificările comunicării publice legate de societatea mediatică, care implică cel puțin trei lucruri: autonomizarea mass-media până la a deveni un concurent pe piețele extinse ale erei globalizării; transformarea rețelelor media în centre de putere, alături de centrele economice, politice, militare, eclesiale; dependența realității de mediatizare. Autorul încearcă să răspundă la întrebarea: care sunt factorii care împiedică societatea mediatică să devină o societate a transparenței?

H. Gyula Zsugán-Gedeon: Jurnalismul în era web 2.0 Interviu cu bloggerul media Ferenc Pécsi (Pollner)

Ziaristul, creatorul de conținut și bloggerul maghiar Ferenc Pécsi (Pollner) a lucrat în trecut la *Dotkommentár*, iar în prezent este autor al sitului *Médiablog*. În interviul prezentat, acesta vorbește despre interacțiunea dintre mass-media tradițională și media on-line, despre trendurile mondiale, despre persoane și aplicații, respectiv despre adaptarea acestora în Ungaria.

Anna Károlyi: Multimedia în educație

În anii '90 am fost martorii unui proces intensiv de introducere a calculatoarelor în școli. Au fost organizate numeroase conferințe și au apărut o sumedenie de publicații care prezentau succesele acțiunii. Între timp a fost concepută o nouă metodologie, pedagogia digitală, care încearcă să dezvolte cele mai eficiente metode și conținuturi pentru educația asistată de calculator. Autoarea încearcă să schițeze formele ideale ale aplicării calculatorului la orele de curs.

Tímea Turi: Nulla dies sine post Întâlnirea lui Pál Bodor cu blogul pe masa de disecție

„»Cititorii mei cei mai fideli« s-ar uita cu groază la monitor dacă aș scrie un blog »veritabil« – scrie Pál Bodor (Diurnus) în jurnalul său de pe internet. Dacă însă nu este veritabil, ce fel de blog scrie Diurnus, una din figurile determinante ale jurnalismului maghiar contemporan?

Anna Keszeg: Consumator prin ocupație

Autoarea studiului prezintă un fenomen nou, blogul de modă, analizând clasificarea acestuia ca gen jurnalistic și realizând o tipologie a fenomenului.

Zsuzsánna Kónya: Efectele reclamelor de pe internet asupra studenților economiști clujeni

Cercetătoarea a investigat părerea studenților de Facultatea de Științe Economice a Universității „Babeș-Bolyai” referitoare la utilizarea internetului și efectele reclamelor de pe internet. Rezultatele studiului au fost utile pentru toate societățile comerciale care au ca scop promovarea imaginii lor pe internet, cât și pentru cele care sunt deja prezente într-o formă sau alta pe web, căci le ajută să înțeleagă mai bine comportamentul acestui grup de consumatori.

Emőke Csoma: Michael Haneke, Robert Bresson și minimalismul cinematografic

Minimalismul în film, alături de formele sale de manifestare din celelalte ramuri artistice (arhitectură, arte plastice, pictură, sculptură, fotografie, muzică, literatură) se bazează pe utilizarea unor imagini reduse. Minimalismul din pictură evită orice fel de expresivitate, întorcându-se spre abstract, în timp ce în sculptură a devenit caracteristic fenomenul arta pove-

ra – utilizarea reținută a mijloacelor din punctul de vedere al conținutului. Minimal art reprezintă o ramură importantă a structurii primare și abstracției geometrice, care a luat naștere la începutul anilor 1960 în America, fiind caracterizată de forme și culori austere și elemente repetitive.

Klára Buzogány: „Nu contează ce știi, căci ești parte a tot ceea ce se întâmplă”

Arhetipuri feminine în film noirul clasic

Personajele principale feminine ale film noirului pot fi incluse în două categorii principale. Determinarea tipurilor, caracterizarea figurilor feminine, respectiv analiza rolului jucat în dramaturgia acțiunii poate fi abordată din punctul de vedere al relației cu eroul masculin.

Boglárka Nagy: Natura dublă

Însemnări în legătură cu filmul *Woyzeck* al lui Werner Herzog

Piesa *Woyzeck* a lui Georg Büchner poate fi considerată ca precursora a teatrului modern, pe de o parte pentru că personajul principal este unul din primii anti-eroi, iar pe de altă parte datorită caracterului fragmentat al structurii și limbajului. Piesa poate constitui o materie primă excelentă pentru orice regizor, deoarece scenele sale păstrate doar parțial pot fi variate la fel ca și scenele unui film în cursul montajului. După opinia mea însă, natura dublă a personajului a fost motivul pentru care Werner Herzog a transpus pe ecran piesa lui Büchner.

Alulírott.....megrendelem a ME.dok című tudományos folyóiratot.....évre,példányban.

Az egy éves előfizetés ára 8 lej, amiért négy lapszámot postázunk.

Név:

Cím:

Telefonszám:

E-mail cím:

Kérjük, a megrendelőszelvényt postázza a ME.dok szerkesztőségének címére. A megrendelés további részleteivel kapcsolatban forduljon a szerkesztőségünk tagjaihoz a következő elérhetőségek valamelyikén: 0740 586 125 vagy medea.medok@gmail.com.