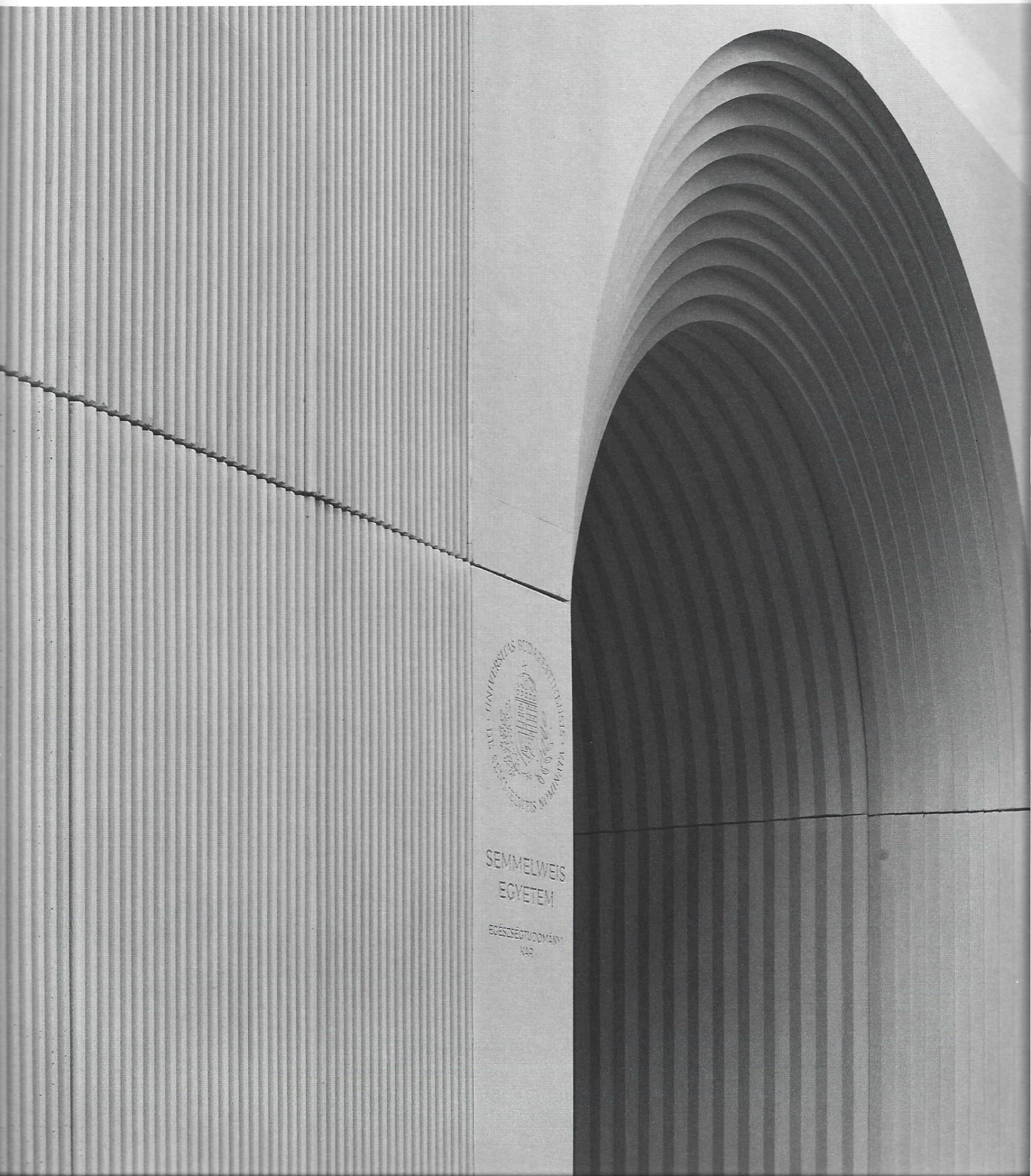




- 46 **A lélek gyümölcsei. Ráday Ház, Budapest – Dragon Zoltán**  
Fruits of the Soul. House Ráday, Budapest – Zoltán Dragon
- 51 **Hít és emlékezet. Babij Jar / Babyn Yar zsinagógája, Kijev – Szegő György**  
Faith and Memory. Babyn Yar Synagogue, Kyiv – György Szegő

#### terv | plan

- 55 **Biológiai kutató- és edukációs központ, Lipót – Bodó Sára Borbála**  
Biological Research and Education Center, Lipót – Sára Borbála Bodó

#### utóirat | post scriptum

- 58 **Az online kommunikáció szerepe a későmodern örökség társadalmi feldolgozásában – Zubeck Károly**  
The Role on Online Communication within the Social Processing of the Heritage of the Late Modern – Károly Zubeck
- 62 **Adaptív hagyományok. Kortárs regionális építészet Székelyföldön – Rab Enikő Sarolta**  
Adaptive Traditions. Contemporary regional architecture in Szeklerland – Enikő Sarolta Rab
- 67 **Ószövetség, új építészet. A modernizmus judaikus-zsidó gyökerei, 1848–2000 – Klein Rudolf**  
Old Testament, New Architecture. Judaic-Jewish roots of modernism, 1848–2000 – Rudolf Klein
- 72 **A 3P és a 4P lehetőségei a magyar lakásfejlesztésben – Szabó Julianna**  
The Potentials of 3P and 4P in Hungarian Housing Development – Julianna Szabó
- 77 **Építészet a háborúban. Az ukrajnai épített örökség helyzete – Götz Eszter**  
Architecture in War. The situation of built heritage in Ukraine – Eszter Götz

#### jövőkép | future plans

- 81 **A föld vonzása. Vályog mint régi-új építőanyag – Botzheim Bálint**  
The Attraction of the Earth. Adobe as an old-new building material – Bálint Botzheim

#### passzázs | passage

- 83 **Dénes Eszter: Ferencz István – Avasi egyházi oktatási épületegyüttes, Miskolc – Götz Eszter**
- 84 **Egy gótikus funkcionálista: Pecz Samu – tudományos konferencia**
- 85 **A kert mint művészet. Lapbemutató a Műcsarnokban – Géczy János**
- 86 **Mies van der Rohe Award 2022, AzWien – Szegő György**
- 88 **Az összekötés mestere: Wagner Nándor 100, Műcsarnok – Botzheim Bálint**
- 89 **Lugo: Graffiti / Read the Sings. Fotóesszé albumformátumban – Szegő György**
- 90 **A BH tervei alapján készült a díjnyertes Meta Garden pavilonja**
- 90 **Decode díj 2022**
- 90 **International High-Rise Award 2022/23**
- 90 **A Balaton-felvidék jövőképe – Götz Eszter**

#### búcsú | farewell

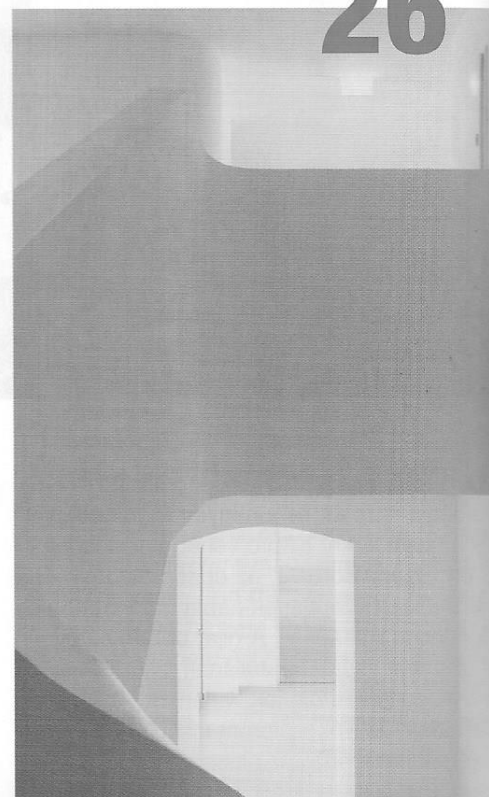
- 91 **In memoriam Batár Attila (1925–2022)**

- 92 **Hírek, díjak, kiállítások, pályázatok**
- 93 **Lapszámunk építészei**
- 96 **Lapszámunk szerzői**



32

26



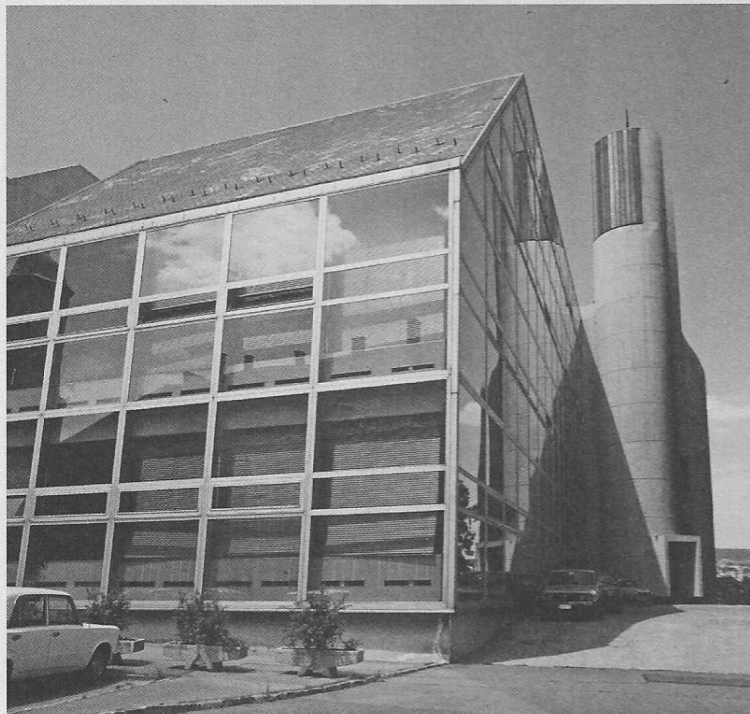


**Zubek Károly**  
**Rab Enikő Sarolta**  
**Klein Rudolf**  
**Szabó Julianna**  
**Götz Eszter**

# Az online kommunikáció szerepe a későmodern örökség társadalmi feldolgozásában

SZÖVEG | TEXT: ZUBEK KÁROLY

Az elmúlt időszakban későmodern építészeti örökségünk többször vált az építészeti diskurzus központi témájává, habár többnyire ez egy-egy ház veszélybe kerülése, bontása kapcsán történt meg. Csak néhány példát említve, a budavári Országos Villamos Telerosztó<sup>1</sup> vagy épp a Diplomata ház<sup>2</sup> lebontása kapcsán is felbolydult az építészet iránt érdeklődő közvélemény. Eközben a társadalom jelentős része felől apátia, gyakran ellenszenv figyelhető meg a modern-későmodern épületek iránt.



AZ ORSZÁGOS VILLAMOS TERELOSZTÓ ÉPÜLETE, 1984. FORRÁS: FORTÉPAN / GÁBOR VIKTOR

Utóbbi mögött számos indok állhat, amelyek felfejtése rendkívül komplex folyamat. Ugyanakkor tényként kezelhető, hogy nincs egy olyan társadalmi elkötelezettség későmodern építészetünk iránt, amely ezt az örökségét megfelelően tudná kezelni. Ennek kapcsán felmerülhet a kérdés, hogy építészként milyen eszközeink vannak, amelyekkel mindez új kontextusba helyezhető, és a társadalmi aktivitás megteremthető. A következőkben a lehetséges kommunikációs csatornák egy speciális típusával, az online térbe lépve kívánom a választ keresni arra a kérdésre, hogy melyek azok, akár a hagyományos építészeti eszköztáron túlmutató módszerek, amelyek segíthetnek későmodern építészeti örökségünk társadalmi feldolgozásában. Ezeket a lehetőségeket egy esettanulmány során: egy jelentős későmodern örökséggel rendelkező település, Balatonalmádi modern örökségének online kommunikációján keresztül kívánom körbejárni.<sup>3</sup>

## A későmodern mint örökség

A későmodern építészet társadalmi megítélése összetett folyamat eredménye, amelyek felfejtése korántsem egyértelmű. Már önmagában az örökségként való értelmezés sem magától értetődő, hiszen a szélesebb közönség számára ezek az épületek még nincsenek olyan időtávlatban, hogy azok csupán régiség értékük miatt megőrzendők legyenek, és a ráakodó jelentésrétegek miatt a kollektív emlékezetben sem feltétlenül jelennek meg ezzel a hangsúllyal. Ilyen, a posztiszocialista országokban megfigyelhető jelenség, hogy az építészetet sokszor az akkori politikai-gazdasági berendezkedéssel azonosítják, ami olykor negatív képzet társítást okoz, miközben más esetekben ez épp ellenkezőleg, nosztalgiát vált ki. További szempont a társadalom esztétikai értékrendjének és a későmodern építészet formai eszköztárának – leegyszerűsítve – összeférhetetlensége. Ezt erősíti, hogy ezek az épületek gyakran nem megfelelően karbantartottak, vagy az átalakítások már megfosztottak eredeti karakterüktől, így pedig az építészeti szavak megértése is nehézkessé válik. Ugyanakkor belátható, hogy egy teljes építészeti korszak eltörlése annak történeti, építészeti értékeinek, de fenntarthatósági szempontból sem jelenthet megoldást. Fontos kérdés ezért, hogy a későmodern építészetre került jelentésrétegek hogyan fejthetők le az épületekről és hogyan helyezhetők új kontextusba.

A társadalmi elkötelezettség hiánya mellett a szakmai szempontok is korlátozottan érvényesülnek ebben a témában. Habár az elmúlt időszakban történtek előrelépések,<sup>4</sup> a későmodern épületek még mindig csekély számban élveznek valamilyen védelmet. Ugyanakkor a közvélemény felől érzékelhető antipátia azt is jelzi, hogy csupán ilyen intézkedések nem is jelentenének valódi megoldást, későmodern építészetű ügye túlmutat a hagyományos örökségvédelmi szempontokon.

Ennek kapcsán érdemes párhuzamba állítani a későmodern építészeti örökség problémáját Rodney Harrison örökségkutató gondolatával, aki a kanonikus örökséglisták visszasságaira hívja fel a figyelmet. Egy ilyen, szűk elit által megszabott és túl nagy számosságú lista ugyanis eleve ellehetetleníti az egyes elemekhez való érdemi kapcsolódást. Miközben természetesen önmagában a megőrzés is fontos tudományos cél, nem szabad elfeledkezni az örökség és a társadalmi viszonyáról. Fontos ezért, hogy az érintett közösség aktívan részt vegyen a megőrzés folyamatában, hiszen csak így teremthetők meg a kollektív emlékek, amelyek révén a valódi kapcsolódás elérhető.<sup>5</sup>

Harrison állításai és a későmodern örökség körül tapasztalt folyamatok közötti hasonlóságok könnyen beláthatók. Ha akár csak az elmúlt időszakban lebontott épületekre gondolunk, ezek mellett csupán egy szűk elit kiállása volt tapasztalható. Meg kell, hogy jelenjenek ezek olyan társadalmi aktivitásra épülő folyamatok, amelyekben egy adott közösség tud gondolkodni arról, hogy melyek azok az építészeti értékek, amelyek számukra fontosak és amelyeknek kortárs jelentőségét tudnak biztosítani.

## Társadalmi viszonyok

Ahogy láttuk, hogy a hagyományos örökségvédelmi eszközök nem elégségesek a későmodern építészet megóvása érdekében, úgyis belátható, hogy a szorosan vett építészeti eszköztár önmagában

nem tud teljes értékű válaszokkal szolgálni. Érdemes ezért olyan interdiszciplináris tudásokat beemlíteni, jelen esetben legfőképp társadalomtudományi megközelítéseket vizsgálni, amelyek segíthetnek tovább értelmezni ezt a folyamatot és elősegíteni a későmodern építészethez való kapcsolódást.

Fontos ilyen aspektus a megszólítani kívánt társadalmi csoportok minél pontosabb ismerete, ami a bevonás egyik alappillére. A generációs elméletek segítségével az egyes csoportokat meghatározó főbb tulajdonságok megérthetők, bizonyos mértékig előre jelezhetők. Fontos, hogy ezek nem elsősorban életkori sajátosságok, sokkal inkább az egy-egy nemzedék szocializációja során megtapasztalt élmények hatása, illetve azok összessége.<sup>6</sup>

Jelen témát illetően fontos ilyen hatás, hogy az egyes csoportok életük mely szakaszában és milyen minőségben találkoztak a későmodern építészetrel, illetve milyen viszonyuk van az ezt övező, az építészetről a társadalmi emlékezetben nehezen leválasztható politikai-gazdasági berendezkedéssel. Míg a legidősebbek ezen épületekkel azok legjobb állapotában és a fejlődés szimbólumaiként találkoztak, addig a rendszerváltás idején fiatal nemzedék számára ezek az eltörölni kívánt múlt emlékei. Mindezzel párhuzamosan van egy nem kizárólag generációs törés is a társadalomban: a kádári konszolidáció időszakának, majd a rendszerváltásnak a nyertesei és vesztesei egészen máshogy viszonyulnak a magyarországi szocializmus időszakához,<sup>7</sup> ami közvetetten befolyásolja a későmodern építészet megítélését is. A legfiatalabbaknak pedig mindez már a történelem része, nekik nincsenek saját emlékeik ebből az időszakból, emellett ezeket az épületeket is jelenlegi, gyakran leromlott állapotukban ismerték meg. Ezek a szempontok összességükben többnyire közömbösséget váltanak ki.<sup>8</sup> Minde mellett egyfajta retró kultusz is megfigyelhető, amiben az építészet jelenléte egyelőre még viszonylagos.

A generációs vizsgálatok egy másik aspektusa a digitalizációhoz és az online tartalomfogyasztáshoz való viszony. Lényeges szempont, hogy az idősebb generációk már felnőttként találkoztak az elektronikus

eszközökkel, ennek következtében ez sokkal kevésbé szerves rész az életüknek. Online tartalmakat jellemzően a már jól ismert helyeken keresnek, ahová így többször is visszatérnek. Ezzel szemben a fiatalabb generáció tagjai számára az online jelenlét már egészen fiatalos alapvetéssé vált, számukra az online és offline tér nem választható el egymástól. További különbség, hogy a fiatalabbak már nemcsak fogyasztóként, de többnyire tartalomelőállítóként is jelen vannak a közösségi médiában, azaz mindez számukra aktív folyamat.<sup>9</sup>

### Kommunikációs felületek

Online kommunikáció esetén szükségszerűen a folyamatba ékelődnek a használni kívánt felületek, amelyek sajátosságai, azok előnyeivel és nehézségeivel együtt, nagyban meghatározzák a kommunikációs folyamatot. Ugyanakkor, mivel napjaink szerves részévé vált a közösségi média használata, és a társadalom jelentős része rendszeresen használ ilyen típusú felületeket, így az itt közölt információk megfelelő kommunikációs módszerek segítségével nagy tömegekhez eljuttathatók. Ahhoz, hogy ez a kommunikációs folyamat létrejöhessen, szükség van ismerni és alkalmazni azokat a módszereket, stratégiákat, amelyekkel napjainkban tapasztalható információáradatból kitűnhet az üzenetünk.

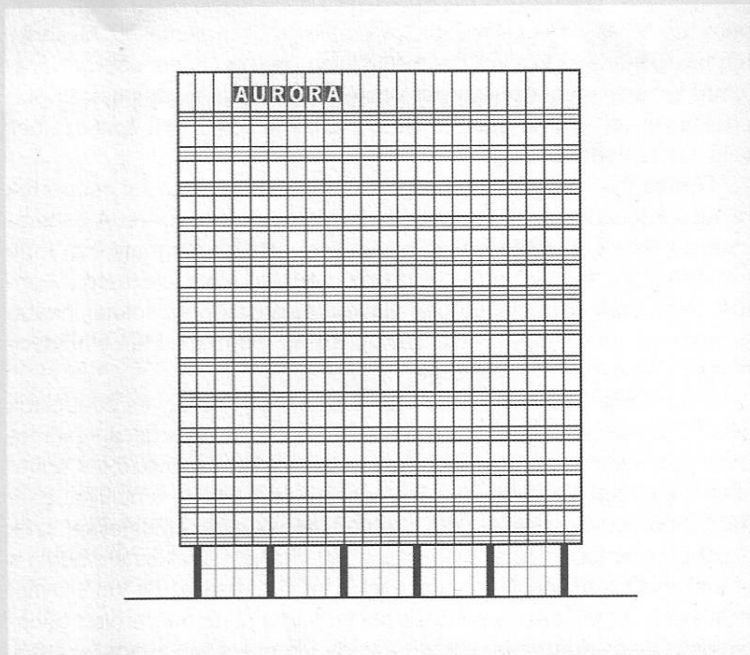
A közösségi média felületek dinamikus működése azonban jelentősen eltér a hagyományos médiában tapasztalt megközelítésektől. Fontos ilyen szempont, hogy a közösségi médiában való kommunikáció nem egyirányú folyamat, sokkal inkább a folyamatos interakción alapul és a közösséggel való aktív kapcsolattartásra épül. A felhasználók nagyban értékelik a személyes hangnemet, a közvetlenséget. Egy-egy megszólítás vagy könnyed hangvételű bejegyzés sokat segíthet a felhasználók elérésében, illetve a kapcsolat fenntartásában. Mindehhez pedig jó, ha társul egy állandó arculat, ami segíti a megjegyezhetőséget és jobban kitűnik a közösségi médiában zajló tartalomáradatból. Végül soron pedig ezek a szempontok mind arra épülnek, hogy a felhasználók részéről létrejöjjön egyfajta elköteleződés az általunk kínált tartalmak iránt.<sup>10</sup>



BALATONALMÁDI, AUTÓBUSZ-ÁLLOMÁS, 1977. FORRÁS: FORTEPAN / UNIKTER



BALATONALMÁDI, HOTEL AURÓRA, 1970. FORRÁS: FORTEPAN / FÜFÖTŐ



BALATONALMÁDI, AURÓRA SZÁLLÓ. FORRÁS: SPACELAB. INSTAGRAM

Az online térben olyannyira megnövekedett a vizuális ingerek száma, hogy szinte képtelenség mindenre odafigyelni. Ennek hatására felértékelődött a figyelmünk, a hagyományos hirdetésekre például lényegében szinte már immunisak lettünk, egyszerű reklámfogásokra nem kapjuk fel a fejünket. A tartalomelőállításban így megjelent az „infotainment” jelensége, azaz olyan, az üzenetekhez társított szórakoztató tartalomra van szükség, ami a felhasználói oldal számára is érdekesnek, hasznosnak bizonyul.<sup>11</sup>

További fontos szempont, hogy a közösségi média rendkívül dinamikus változik, folyamatosan új trendek jelennek meg, más-más típusú tartalmak lesznek népszerűek, de a preferált platformok is változnak. A közösségi médiában való kommunikáció ezért szüntelen tanulási folyamat, amelynek a célközönség monitorozására, a visszajelzések feldolgozására és önreflexióra kell építenie.

A későmodern építészeti örökség online térben való kommunikációjára lefordítva ezeket: közérthető formában, vizuális megjelenésre építve, folyamatos aktív jelenlét mellett létrehozható az online térben egyfajta elköteleződés az ilyen típusú építészeti irányába, ami megfelelő tartalommal párosulva átalakítható a későmodern építészeti iránti elköteleződéssé. Mivel pedig mindezt nincsenek, és a folyamatosan változó kommunikációs csatorna miatt nem is lehetnek egzakt választások, folyamatos tesztelésre, monitorozásra van szükség.

### Esettanulmány – Balatonalmádi modern öröksége

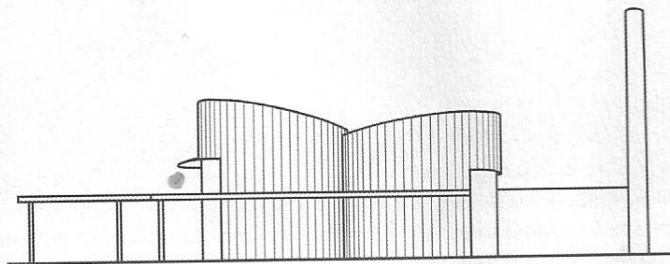
A továbbiakban egy konkrét példán keresztül szeretném bemutatni a későmodern építészeti közösségi médiában való megjelenésének szerepét, valamint az ebben rejlő lehetőségeket. A konkrét vizsgálatok

szándékoltan egy jól beazonosítható építészeti örökség feldolgozására és egy jól meghatározható közösség megszólítására irányultak. Mivel Balatonalmádit már az 1957-es Balatonkörnyéki Regionális Tervvázlat is kiemelt üdülőhelyként kezeli, így különösen az 1960-as évektől fellendülő turizmus miatt számos beruházás történt a település területén,<sup>12</sup> ennek következtében pedig egy sokrétű, modern építészeti környezet jöhetett létre. Legizgalmasabb mindezek közül talán az 1976-ban épült autóbusz-pályaudvar<sup>13</sup>, amely eredeti karakterét máig megőrizve, íves formai játékaival meghatározó eleme a városnak. Mindemellett megfigyelhetők a településen jelentős épületátalakítások is, Raáb Ferenc Pannónia (később Auróra) étterme, vagy Kürthy László Auróra szállójának eredeti karaktere például mára szinte teljesen eltűnt. Ezen folyamatok beemelése a diskurzusba pedig lehetőséget nyújthat arra, hogy a még meglévő építészeti örökségről együtt gondolkodjunk a helyi közösséggel.

A vizsgálat során a magyarországi felhasználók körében kommunikációs felületként a legnépszerűbb közösségi média platformok közül<sup>14</sup> az Instagram és a Facebook került kiválasztásra, amelyek a jól lefedik a magyar felhasználók jelentős részét, és egyaránt alkalmasak vizuális tartalom közzétételére és aktív párbeszédre. A következő megállapítások alapjául 2021 őszén, egy öthetes időszakban, többnyire naponta felkerülő bejegyzések elérési adatainak elemzése szolgált. Fontos azonban megjegyezni, hogy ez csupán egy rövid, kis elemszámú mintán végzett vizsgálat volt, így nem elsősorban a konkrét eredmények, sokkal inkább a tendenciák nyújthatnak támpontot a folyamatok értelmezésére.

A kommunikációs folyamat során részben a használt közösségi média felületek sajátosságai, részben a felhasználók igényei miatt nagy hangsúly került a vizuális nyelvre, mint a kommunikáció egyik alappillére.<sup>15</sup> Több típusú képi megjelenés tesztelésével kiválasztható volt egy olyan arculat, amely a felhasználók számára jól beazonosította az adott oldalt és tartalmat. A megfelelő vizuális karakter megtalálásával ugyanis a szakma által elismert építészeti értékek közérthető formában, szélesebb közönség számára is befogadhatóvá válhatnak. Ebben egyaránt szerepet játszanak a megszokottól eltérő nézőpontok és a direkt épületábrázolástól elszakadó vizuális elemek.

Az egyedi grafikák mellett az archív képek tettek szert nagy népszerűsége. Ezeknek a képeknek a segítségével lehetőség nyílt az eredeti építészeti szándékok bemutatására és azoknak a jelentésrétegeknek a



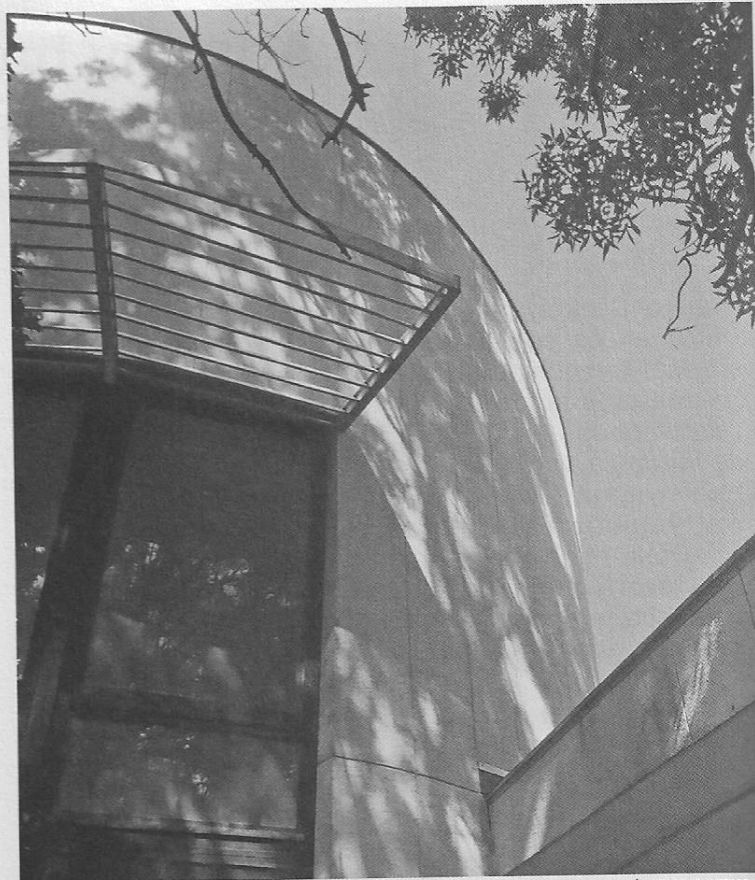
ÁRSZÁMOS VILLAMOS TERELŐSZŐKE ÉPÜLETE, 1984. FORRÁS: FORTEPAN / GÁBOR VIKTOR

lefejtésére, amelyek az idők során az épületekre rákerültek. Azonban az ezekhez a bejegyzésekhez érkező hozzászólásokból megmutatkozott egyfajta nosztalgiafaktor is. Utóbbit szándékolatlan elkerülve végül az archív, korabeli állapotot bemutató fényképek válhattak az információhordozó felületekké, amelyek a követők számára is érdekesek és a későmodern építészeiről való diskurzust is beindíthatták. Megfigyelhető volt tehát az infotainment jelentősége, amit tovább erősít, hogy a legkevésbé népszerű tartalmak ezzel szemben egyértelműen a csak építészettelméleti témájú bejegyzések voltak. Szakmai, szikár megközelítések helyett tehát, ha ugyanezek az információk a felhasználók számára is érdekes anyagokkal párosulnak, hatékonyabban eljuthatnak a kívánt üzenetek.

Korosztályi felosztásban elmondható, hogy a vizsgált időszak alatt a fiatal felhasználók körében a legnépszerűbb tartalmak azok voltak, ahol egyedi vizuális elemek, újszerű ábrázolásmódok jelentek meg. Érdekes jelenség ezért, hogy számukra, akik a modern épületeket saját emlékek hiányában eleve csak a jelenlegi, kortárs környezetben tudják értelmezni, ábrázolásmódban is inkább a házak közvetlen, direkt megjelenítésétől elszakadó tartalmak működtek. Mindez természetesen párosult a legfiatalabb generációk nagyfokú vizuális igényével, illetve az interaktivitásra épülő közösségi média használati szokásaikkal. Ezzel szemben a 30–50 éves korosztályt sokkal kevésbé sikerült elérni bármely típusú tartalommal a tesztidőszak során, amik mögött több ok állhat. Feltételezhető azonban, hogy elsősorban a közösségi média használati szokásaik és a kínált tartalmak nem találkoztak, így számukra más megközelítésre van szükség. A náluk idősebb generációk viszont meglehetősen aktívnak bizonyultak, különösen az archív anyagok esetében. Ebben valószínűleg szerepet játszott a korábban is említett nosztalgiafaktor, ugyanakkor megtartva ezt az elköteleződést a téma iránt, lehetőség nyílt a párbeszédre.

### Konklúzió

A megosztott tartalom specifikációjával, a megcélzott közönség igényeire és a használt platform nyújtotta lehetőségekre koncentrálván tehát elérhető részsikerek, új csoportok is bevonhatók a későmodern építészeti örökségről folyó diskurzusba. Kérdés azonban, hogy milyen mértékben sikerült teljesen új embereket megszólítani, vagy inkább csak egy egyébként is fogékony közeget lehet becsatornázni. Azonban önmagában a



BALATONALMÁDI, AUTÓBUSZ-PÁLYAUDVAR, 2021. FORRÁS: SPACELAB, INSTAGRAM

téma felszínen tartása is célja ennek a folyamatnak, hiszen így tud kialakulni egy olyan bázis, amely kapcsolódni tud ehhez az örökséghez, és arról saját értékrendszere mentén meg is fogalmazza a gondolatait. A későmodern építészeti örökség jelene és jövője alapvetően függ a társadalom megítélésétől, amelynek alakítása sokrétű válaszokat kíván.

- 1 Somogyi Krisztina: Mégis lebontják? Végveszélyben Virág Csaba vári épülete. Építészfórum, 2020. április 24.
- 2 Ört állnak a Diplomata-ház szabálytalan bontásának folytatása ellen. Építészfórum, 2022. január 17.
- 3 A cikk a szerző #balatonalmádi - Kommunikációs módszerek a későmodern építészeti örökség társadalmi feldolgozásában című, 2021-es BME Építész-mérnöki Kara által szervezett Művészeti és Tudományos Diákköri Konferenciára készült kutatómunkájára épül, konzulens: Wettstein Domonkos PhD.
- 4 Több mint 100 épületet helyezett immáron hivatalosan is helyi védelem alá a főváros. Építészfórum, 2022. április 28.
- 5 Harrison, Rodney: Forgetting to remember, remembering to forget: late modern heritage practices, sustainability and the 'crisis' of accumulation of the past. In: International Journal of Heritage Studies, 2013. 19.6: 579–595
- 6 Töröcsik Mária: Generációs marketing. In: Bugár Gyöngyi – Farkas Ferenc (szerk.): Elkötelezettség és sokoldalúság. Tanulmánykötet Barakonyi Károly tiszteletére. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs, 2009.
- 7 Bauer Béla – László Tamás – Máthé Áron – Megyery Gerda – Vandróczy Viktor: A kommunista diktatúra emlékezete a magyar társadalomban. Századvég, Budapest, 2021.
- 8 Szabó Andrea – Oross Dániel: A múlt jelene – a Kádár-korszak megítélése a fiatalok körében. In: Metszetek, 2013. 2–3.
- 9 Buda András: Generációk, társadalmi csoportok a 21. században. Generations, Social Groups in the 21st Century. In: Magyar Tudomány, 2019. 180.1: 120–129
- 10 Evans, Dave – Bratton, Susan – Mckee, Jake: Social media marketing. AG Printing & Publishing, 2021.
- 11 Virányi Péter: Reklámszociológia. Gondolat Kiadó, Budapest, 2010.
- 12 Wettstein Domonkos: Regionális stratégiaalkotás a Balaton-part rekreációs célú építészetében (1929–1979). PhD disszertáció, 2018.
- 13 Autóbusz-pályaudvar, Balatonalmádi, építész: Nyíri Mária (UVATERV). In: Magyar Építőművészet, 1980. (29. évf.), 5. sz., 38–39.
- 14 Magyar közösségi média körkép. ResearchCenter, 2020. március 28. Elérés: <https://www.researchcenter.hu/cikkek/magyar-kozossegi-media-korkep/> (2022. október 12.)
- 15 Cover, Lauren: 5 types of social media content that can accelerate business success. Sproutsocial, 2021. július 1. Elérés: <https://sproutsocial.com/insights/types-of-social-media-content/> (2022. október 12.)